



Divulguemos
la Ciencia
— 2025 —

Directorio

PRESIDENTE

LIC. MAURICIO KURI GONZÁLEZ

VICEPRESIDENTE

DRA. MARTHA ELENA SOTO OBREGÓN

DIRECTOR GENERAL

DR. ENRIQUE RABELL GARCÍA

SECRETARIO

LIC. RENÉ MARTÍNEZ FERNÁNDEZ

DERECHOS DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS. Año 17, edición especial, octubre 2026. *Nthe* es una publicación cuatrimestral editada por el Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Querétaro (CONCYTEQ): calle Luis Pasteur Sur núm. 36, col. Centro; CP 76000; tel. (442) 214 3685; www.concyteq.edu.mx; nthe@concyteq.edu.mx. Editor responsable: Felipe de Jesús Esperón Valenzuela. Reserva de derechos al uso exclusivo núm. 04-2018-111410321700-203; ISSN 2007-9079, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Responsable de la última actualización de este número: Felipe de Jesús Esperón Valenzuela: calle Luis Pasteur Sur núm. 36, col. Centro; CP 76000. Fecha de última modificación: octubre de 2026

Nthe ha sido aprobada para su inclusión en el Índice del Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal (LATINDEX)

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.

Se autoriza la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación siempre y cuando se cite la fuente.

EDICIÓN Y DISEÑO DE LA PUBLICACIÓN

LIC. FELIPE DE JESÚS ESPERÓN VALENZUELA

EDITOR GENERAL

DR. MIGUEL ÁNGEL CRUZ PÉREZ

EDITORES

DR. MARCO ANTONIO ZAMORA ANTUÑO

DRA. MIRIAM LILIANA BARAJAS RUIZ

DR. ANDRÉS LÓPEZ LÓPEZ

DR. ERICK GILBERTO ESPINOSA MARTÍNEZ

IRANIA DÍAZ SÁNCHEZ

KARLA PAULINA MENDOZA ÁGUILA

Nthe, Publicación del Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Querétaro:
<http://nthe.mx/>

Luis Pasteur Sur núm. 36
Col. Centro, CP 76000
Tel. 52 (442) 214 3685 / 212 7266, ext. 105
Querétaro, Qro., México

Consejo editorial

Investigadores nacionales

Dr. Alejandro Manzano Ramírez

Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del Instituto Politécnico Nacional, unidad Querétaro

Dr. Flora Mercader Trejo

Universidad Politécnica de Santa Rosa Jáuregui

Dr. Sergio Barrera Sánchez

Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, campus Querétaro

Dr. Martha Cruz Soto

Universidad del Valle de México, campus Querétaro

Dr. Gabriela Calderón Guerrero

Facultad de Psicología, Universidad Autónoma de Querétaro

Dr. Víctor Castaño Meneses

Centro de Física Aplicada y Tecnología Avanzada de la UNAM, campus Juriquilla

Dr. Rolando Salinas García

Unidad Multidisciplinaria de Estudios Sobre el Trabajo, Universidad Autónoma de Querétaro

Dr. Miguel Martínez Madrid

Instituto Mexicano del Transporte, SCT

Dr. Daniel Hiernaux Nicolás

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Autónoma de Querétaro

Dr. Gabriel Corral Velázquez

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Autónoma de Querétaro

Dr. Salvador Echeverría Villagómez

Centro Nacional de Metrología

Dr. Alberto Traslosheros Michel

Universidad Aeronáutica en Querétaro

Dra. Alejandra Urbiola Solís

Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Autónoma de Querétaro



Dr. Jöns Sánchez Aguilar

Instituto Tecnológico de Querétaro, Tecnológico Nacional de México

Dr. Octavio López Millán

Instituto Tecnológico de Hermosillo

Dra. Marcela Hernández Romo

Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Iztapalapa

Mtra. Martha Díaz Muro

Instituto Tecnológico de Hermosillo, Tecnológico Nacional de México

Dr. Sergio Sandoval Godoy

Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, Sonora

Dr. Martín Alfonso Gutiérrez López

Universidad Autónoma de Querétaro

Dr. Jorge Raúl Palacios Delgado

Universidad del Valle de México, campus Querétaro

Dra. María Guadalupe Ordaz Cervantes

Universidad Autónoma de Querétaro

Mtra. Eva Leticia Ortiz Ávalos

Universidad Nacional Autónoma de México

Dra. Adriana del Carmen Gallegos Melgar

CONACYT - COMIMSA

Dra. Ana Isabel Moreno Calles

Universidad Nacional Autónoma de México, Escuela Nacional de Estudios Superiores, Morelia.

Dra. Olivia Solís Hernández

Universidad Autónoma de Querétaro

Externo

Dr. Víctor Hugo Muciño Quintero

Universidad de West Virginia, EUA

La revista electrónica *Nthe* es financiada en su totalidad por el Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Querétaro en el marco del presupuesto autorizado el día 23 de diciembre de 2025. (Publicado en el periódico oficial del estado de Querétaro, La Sombra de Arteaga).

Comentario *Nthe*

La ciencia y la investigación tienen entre sus principales propósitos contribuir a la comprensión de los fenómenos que caracterizan nuestro tiempo. En esta edición, los once trabajos reunidos ofrecen una aproximación interdisciplinaria a diversas problemáticas contemporáneas en las que convergen tecnología, comunicación, cultura, creatividad, identidad y sociedad.

Uno de los aspectos que adquiere particular relevancia es la transformación de las formas de comunicación e interacción social derivada del crecimiento de las plataformas digitales. Los estudios sobre el consumo de información política, el entretenimiento digital en la niñez, la identidad juvenil y la influencia de TikTok permiten reconocer que estos espacios han dejado de ser únicamente medios de comunicación para convertirse en escenarios donde se construyen opiniones, identidades, tendencias y formas de reconocimiento social. Al mismo tiempo, estos fenómenos plantean retos relacionados con el uso responsable de la tecnología, la exposición a contenidos digitales y la necesidad de desarrollar una mirada crítica frente a los mensajes que circulan en estos entornos.

La inteligencia artificial y la realidad virtual constituyen otro eje significativo de esta edición. Su incorporación a ámbitos como la producción musical y la preparación física de los atletas evidencia el potencial de las nuevas tecnologías para transformar procesos creativos, profesionales y de entrenamiento. No obstante, los trabajos también permiten advertir que la innovación tecnológica debe acompañarse de reflexión sobre sus implicaciones, particularmente en aspectos relacionados con la creatividad humana, la capacitación, la accesibilidad, los costos y la preservación de aquellos elementos que otorgan sentido y valor a las actividades humanas.

La dimensión cultural se encuentra igualmente presente en los estudios dedicados a la música, la piratería y la lucha libre mexicana. Estos trabajos muestran que las expresiones culturales no permanecen estáticas, sino que se encuentran en constante transformación como consecuencia de los cambios tecnológicos, económicos y sociales. La música, como experiencia emocional y actividad productiva, y la lucha libre, como manifestación de identidad y cultura popular, permiten observar la compleja relación entre tradición, innovación, industria y sociedad.

A esta perspectiva se incorpora el análisis de la seguridad en conciertos masivos, tema que subraya la importancia de fortalecer la prevención, la capacitación, la supervisión y la planeación en eventos de gran concentración de personas. Desde esta perspectiva, la innovación y el desarrollo de las industrias culturales deben avanzar de manera paralela con condiciones que garanticen la seguridad y el bienestar de sus participantes.

En su conjunto, los once artículos reflejan la necesidad de abordar los fenómenos actuales desde perspectivas interdisciplinarias. La tecnología no puede comprenderse al margen de la cultura y la sociedad, de la misma manera que las transformaciones culturales y sociales se encuentran cada vez más vinculadas con los avances tecnológicos. Esta edición constituye, por ello, una invitación a continuar fortaleciendo la investigación como espacio de análisis crítico, generación de conocimiento y construcción de alternativas frente a los desafíos que plantea el presente.

Comentario *Nthe*

En el CONCYTEQ reafirmamos la importancia de promover investigaciones que, desde diferentes disciplinas y metodologías, contribuyan no solo a explicar las transformaciones de nuestra realidad, sino también a generar nuevas preguntas que impulsen líneas de investigación y favorezcan la construcción de una sociedad mejor informada, crítica y preparada para afrontar los retos del futuro.

Dr. Enrique Rabell García
Director General del Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Querétaro

ÍNDICE

El Consumo de Información Política en Redes Sociales y su Efecto en la Opinión Pública Juvenil en México

Alvin Heribert Pantoja Valencia
Andrea Noeggerath Williams
Natalya Castro Rangel
Valeria Estebanes Zúñiga
Victoria Perea Martínez

El sentido de inferioridad en carreras de estudios creativos ante el juicio y expectativa social

Oscar Martínez Maldonado
Luisa Fernanda Pérez Sánchez
Sarah Torreblanca Cruz
Ane Urien Soto

El exceso de entretenimiento digital en la niñez y su impacto

Andrea Gómez López María
Paulina Roman Adame
Danae Cholula Romero
Sigifredo Gonzalez Rosas

Impacto de la inteligencia artificial en la composición y producción de la música en México

Denhi Margarita Aguilera Monter
Brenda Lara de Jesús
Milena Porras Ordoñez
Daniela Ruiz Montes

Influencia de la música en medios visuales y su relación con las reacciones emocionales

Ane Urien Soto
Natalya Castro Rangel
Tamara Garza Gutiérrez

La influencia de los contenidos digitales en la identidad juvenil

Fernando Sandoval Domínguez
Paola Alexandra Delgadillo Soubllette

La influencia de TikTok en la construcción de nuevas figuras públicas y tendencias culturales

Paulette Aello Payán
Cristina López Xavier
Víctor Efrén Gutiérrez Hernández
Rodolfo Mario Borunda Morales

La Piratería en la Industria Musical

Vania García Núñez
Regina Muñoz Molina
Katya Muñoz Ledesma
Karen Fernanda López Mendoza

Lucha Libre

Regina Daniela Olvera Barreto
Ingrid Castillo Ronces
Meredith Melchor Villagómez

Realidad virtual e inteligencia artificial como herramientas de optimización en la preparación física de los atletas

Mariana Félix Camacho
Andrea Trejo Benítez
Sac-Nicte Jaime Gómez
Karen Carmona de la Rosa

Seguridad en los Conciertos Masivos en México

Sara García Rugama
Mia Itzel Perales Luna
Bernardo Andrik Hernández Torres
Isabella Pastrana Zúñiga

1

09

40

63

91

98

129

154

184

209

233

El Consumo de Información Política en Redes Sociales y su Efecto en la Opinión Pública Juvenil en México

Alvin Heribert Pantoja Valencia alvin.pantoja@anahuac.mx,
Andrea Noeggerath Williams andrea.noeggerath@anahuac.mx
Natalya Castro Rangel natalya_castro@anahuac.mx
Valeria Estebanes Zúñiga valeria.estebanes@anahuac.mx
Victoria Perea Martínez
vperea@anahuac.mx

Resumen

La presente investigación analiza cómo el tipo de cuenta y formato de publicación en Instagram influyen en el interés, la probabilidad de compartir y la percepción política de jóvenes universitarios de la Universidad Anáhuac Querétaro. Mediante un enfoque cuantitativo, descriptivo y correlacional, se evaluaron seis publicaciones de dos cuentas políticas: una institucional (SEJUVE Querétaro) y una personal (Marco del Prete). Los resultados muestran que las publicaciones institucionales obtuvieron promedios más altos tanto en interés (3.07) como en probabilidad de compartir (2.90), frente a las personales (2.63 y 1.87, respectivamente). Asimismo, el 64.5 % de los encuestados prefirió la cuenta institucional, percibiéndola como más confiable, atractiva y coherente con el público joven.

Los reels fueron el formato más valorado, confirmando la preferencia por contenidos audiovisuales breves. La prueba t de Student reveló diferencias estadísticamente significativas ($p < 0.05$), por lo que se concluye que el tipo de cuenta y formato influyen directamente en la recepción del contenido político. Estos hallazgos evidencian que los jóvenes tienden a otorgar mayor credibilidad a fuentes institucionales y que la estética y claridad del mensaje son determinantes en la formación de su opinión política digital.

Palabras clave: Medios digitales, interés político, participación digital, jóvenes universitarios, percepción política.

Abstract

This research examines how account type and post format on Instagram influence the interest, sharing probability, and political perception of university students from Universidad Anáhuac Querétaro. Using a quantitative, descriptive, and correlational approach, six posts from two political accounts, an institutional one (SEJUVE Querétaro) and a personal one (Marco del Prete) were analyzed. Results show that institutional posts achieved higher averages in interest (3.07) and sharing probability (2.90) compared to personal ones (2.63 and 1.87, respectively). Moreover, 64.5% of participants preferred the institutional account, perceiving it as more credible, visually appealing, and coherent with youth audiences.

Reels were the most engaging format, reflecting students' preference for short audiovisual content. A t-test confirmed statistically significant differences ($p < 0.05$), supporting the hypothesis that account type and post format significantly affect political content reception. Findings indicate that young people assign greater credibility to institutional sources and that aesthetics and message clarity play a key role in shaping digital political opinion.

Key words: Digital media, political interest, digital participation, university students, political perception.

Introducción

En los últimos años, las redes sociales se han convertido en el principal espacio de interacción para los jóvenes en México. Además de servir para el entretenimiento y la comunicación, hoy funcionan como una fuente relevante de activismo e información sobre temas de la política pública mexicana. Plataformas como Twitter, Facebook, TikTok e Instagram han desplazado en buena medida a los periódicos, la televisión y la radio como canales principales de acceso a información política (García et al., 2024). Esta transición de medios tradicionales a entornos digitales plantea una nueva problemática; la manera en que los jóvenes consumen información política dentro de estos entornos digitales, y cómo dicho consumo moldea su opinión sobre la vida pública y las decisiones colectivas que afectan al país (Echeverría y Meyer, 2017).

El crecimiento de estas plataformas no solo ha cambiado la velocidad con la que circula la información, sino también la forma en la que se produce, se comparte y se interpreta. Mientras los medios tradicionales contaban con filtros editoriales para verificar datos, en redes sociales cualquier usuario puede generar contenido sin importar su credibilidad. Esto genera un entorno en el que conviven noticias reales, opiniones generales, campañas políticas y desinformación, obligando a los jóvenes de nuestro país de entre 18 y 29 años a enfrentar el reto de distinguir entre información verificada y contenido manipulado, lo que inevitablemente influye en la formación de su opinión pública (Gómez, 2020).

A esta situación se suma el hecho de que los algoritmos de las plataformas digitales priorizan la interacción por encima de la veracidad; pues ahora los contenidos que generan más reacciones, comentarios o compartidos suelen tener mayor alcance, sin importar si son verídicos o no (Pablo, 2024). Como resultado, esto provoca que nuestros jóvenes se expongan de

manera constante a información parcial, sensacionalista o tendenciosa, que puede distorsionar su comprensión de la política nacional, ya que en la mayoría de los casos las redes tienden a reducir los temas políticos a mensajes breves, imágenes llamativas o videos cortos, que muchas veces carecen de contexto (Vargas, 2024).

La juventud mexicana, el grupo etario más activo en redes, juega además un papel clave en los procesos de cambio político y social (Echeverría y Meyer, 2017). Por otro lado, la inmediatez con la que se recibe y se comparte información en estas plataformas genera un efecto de viralidad que, aunque fortalece la circulación de mensajes, también crea un ambiente en el que las emociones suelen pesar más que los argumentos.

Como hemos podido observar recientemente en el Senado de la República, es bastante común que los debates en redes estén cargados de polarización, con posturas extremas que no necesariamente reflejan la complejidad de los problemas nacionales, pero que logran que los jóvenes de esta edad se configuren a partir de emociones momentáneas como la indignación, la empatía o la frustración (de la Garza y Pineda, 2020).

De igual forma, no puede ignorarse que los actores políticos han identificado estas dinámicas y las utilizan como herramientas estratégicas de comunicación, pues en la actualidad partidos como Movimiento Ciudadano, candidatos e instituciones públicas destinan recursos a campañas digitales diseñadas para atraer la atención de los jóvenes, ocasionando que la línea entre la información objetiva y la propaganda política se vuelva cada vez más difícil de distinguir (Castillo, 2021).

Cabe destacar que, dentro de la juventud, existen diferencias significativas en la manera de consumir información política, puesto que mientras algunos jóvenes se limitan a leer titulares

o publicaciones virales, otros buscan verificar datos o seguir fuentes confiables. Esta heterogeneidad revela que no todos los jóvenes se ven afectados de la misma manera, pero también confirma la necesidad de estudiar el fenómeno con un enfoque que permita identificar patrones y tendencias generales para poder mostrar, por ejemplo, qué plataformas tienen mayor impacto en la formación de opiniones políticas, cuáles son las fuentes más utilizadas y qué tanto confían los jóvenes universitarios mexicanos de 18 a 25 años en la información que reciben (García et al, 2024).

La problemática, entonces, no se reduce únicamente a la existencia de información política en redes sociales, sino a los efectos que produce en la opinión pública juvenil en México. Dicho impacto no puede entenderse de manera uniforme, ya que intervienen múltiples variables como el nivel educativo, la frecuencia de uso, el tipo de plataforma, el entorno social y las habilidades críticas de cada usuario. Comprender cómo interactúan estos factores permitirá evaluar si el consumo digital fortalece el interés por la participación ciudadana o, por el contrario, promueve un escepticismo creciente hacia la política.

En este sentido, la investigación no solo busca describir los hábitos de consumo de información política de los jóvenes en redes sociales, sino también analizar las repercusiones en la forma en que los jóvenes comprenden el sistema democrático y el papel que desempeñan dentro de él. La intención de la investigación es aportar datos que sirvan para promover una ciudadanía más informada y consciente de los riesgos y oportunidades que ofrecen estas plataformas en la construcción de la opinión pública juvenil.

Objetivo

Comprender la relación entre el tipo de publicaciones en cuentas políticas de Instagram y las preferencias y valoraciones que expresan los

estudiantes de la Universidad Anáhuac Querétaro encuestados.

Pregunta de investigación

¿De qué manera el tipo de cuenta (institucional o personal) y el formato de publicación en Instagram influyen en las preferencias y valoraciones entre estudiantes universitarios de 18 a 25 años de la Universidad Anáhuac Querétaro?

Hipótesis nula

El tipo de cuenta en Instagram (institucional o personal) y el formato de publicación (imagen, video o reel) no generan diferencias significativas en el nivel de interés ni en la probabilidad de compartir contenido, entre los estudiantes universitarios de 18 a 25 años de la Universidad Anáhuac Querétaro compartan dicho contenido.

Hipótesis

La hipótesis plantea que el tipo de cuenta en Instagram (institucional o personal) y el formato de publicación (imagen, video o reel) ejercen una influencia significativa sobre el interés y sobre la probabilidad de que los estudiantes universitarios de 18 a 25 años de la Universidad Anáhuac Querétaro compartan dicho contenido.

Metodología

Para la presente investigación, se desarrolló un estudio cuantitativo, descriptivo y correlacional que combina un análisis de contenido en Instagram con una encuesta aplicada a estudiantes de la Universidad Anáhuac Querétaro. Las variables presentes en este estudio incluyen, como independientes, el tipo de publicación (foto, póster, video, carrusel o story) y el tipo de cuenta (institucional o personal), ambas con nivel de medición nominal. Las variables dependientes son la probabilidad de compartir y el interés que las publicaciones generan en los estudiantes universitarios, todas

evaluadas en una escala de 1 a 4, lo que corresponde a un nivel de medición ordinal.

Para el análisis inferencial se empleó la prueba t de Student para muestras relacionadas, con el objetivo de comparar los promedios de interés y probabilidad de compartir entre las publicaciones institucionales y las personales. Esta prueba se seleccionó porque los mismos participantes evaluaron ambos tipos de cuentas, y debido al tamaño reducido de la muestra ($n = 30$), lo cual hace adecuado el uso de esta prueba paramétrica. Se estableció un nivel de significancia de $p < 0.05$ para determinar si las diferencias observadas eran estadísticamente significativas.

Para contrastar el alcance de distintos perfiles políticos en redes sociales, se eligieron dos tipos de cuentas: una institucional (SEJUVE Querétaro) y una personal de figura política (Marco Del Prete). De cada cuenta se seleccionaron tres publicaciones de este año, sumando un total de 6 publicaciones. Estas publicaciones fueron elegidas considerando distintos formatos (foto, póster con texto o video corto en reels) para garantizar diversidad de contenido. De cada publicación se registraron métricas públicas como número de “me gusta”, comentarios, compartidos o guardados.

De forma complementaria, se aplicó una encuesta transversal de forma anónima a 30 estudiantes de la Universidad Anáhuac Querétaro, de entre 18 a 25 años, conformando una muestra no probabilística por conveniencia, invitando a quienes se encontraban disponibles en la institución durante el periodo de recolección de datos.

La encuesta, diseñada en Google Forms se estructuró en tres secciones. La primera recopiló datos sociodemográficos (edad, sexo, carrera y frecuencia de uso de Instagram), con el objetivo de contextualizar los resultados y explorar posibles relaciones entre el perfil de los estudiantes y sus preferencias en redes sociales.

La segunda sección presentó las seis publicaciones seleccionadas (cinco por cada cuenta) para que cada participante las evaluará en una escala del 1 al 4, donde 1 significaba “pésimo, nada interesante” y 4 “me interesó mucho”. Para cada publicación se midieron dos dimensiones: preferencia o atractivo percibido, que indagaba “¿Qué tan interesante o llamativa resulta la publicación?”, y probabilidad de compartir, planteada como “¿Qué tan probable es que compartas esta publicación con otros?”.

Finalmente, la tercera sección incluyó una pregunta de comparación directa: “¿Cuál de las dos cuentas te parece más influyente?”, con el fin de identificar qué tipo de perfil (institucional o personal) generaba mayor impacto en la percepción de los estudiantes universitarios.

Población y Muestra

Población objetivo: Jóvenes mexicanos de 18 a 25 años que usan Instagram y estudian en la Universidad Anáhuac Querétaro

La población objetivo de esta investigación está conformada por jóvenes mexicanos de entre 18 y 25 años que utilizan Instagram y cursan estudios en la Universidad Anáhuac Querétaro. Para el estudio se seleccionó una muestra de 30 estudiantes, un tamaño suficiente para obtener una primera aproximación de los hábitos de consumo de publicaciones políticas en redes sociales y, al mismo tiempo, manejable para su evaluación en un grupo reducido. Se utilizó la distribución T de Student en el análisis estadístico del experimento, dado que se trabajó con un grupo limitado de participantes y se buscaba realizar inferencias confiables sobre sus preferencias y percepciones.

Unidad de análisis

La unidad de análisis de esta investigación se compone de dos elementos complementarios. Por un lado, se consideran las publicaciones generadas en las dos cuentas de Instagram

seleccionadas, lo que constituye la unidad de contenido, permitiendo evaluar características objetivas como tipo de publicación, formato y métricas de interacción. Por otro lado, se incluyen las respuestas individuales de los estudiantes al cuestionario, que constituyen la unidad de observación y permiten analizar de manera directa las percepciones, preferencias y valoraciones de los participantes frente a las publicaciones políticas en redes sociales.

Resultados

Los resultados de esta investigación presentan hallazgos relevantes sobre el comportamiento de los estudiantes universitarios frente a los distintos tipos de cuentas y formatos de publicación política en Instagram. Los datos obtenidos permiten comprender cómo el tipo de cuenta y el formato del contenido influyen en el interés, la probabilidad de compartir y la percepción de influencia de la política mediante redes sociales entre los jóvenes.

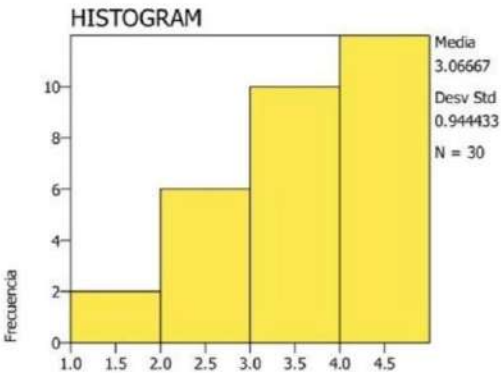
Los resultados reflejan la manera en que las redes sociales contribuyen a la formación de opinión política dentro del entorno universitario y cómo la estética visual y la claridad del mensaje determinan la disposición a compartir dicho contenido; dichos resultados se presentan a continuación en dos, un análisis descriptivo y un análisis inferencial.

Análisis descriptivo

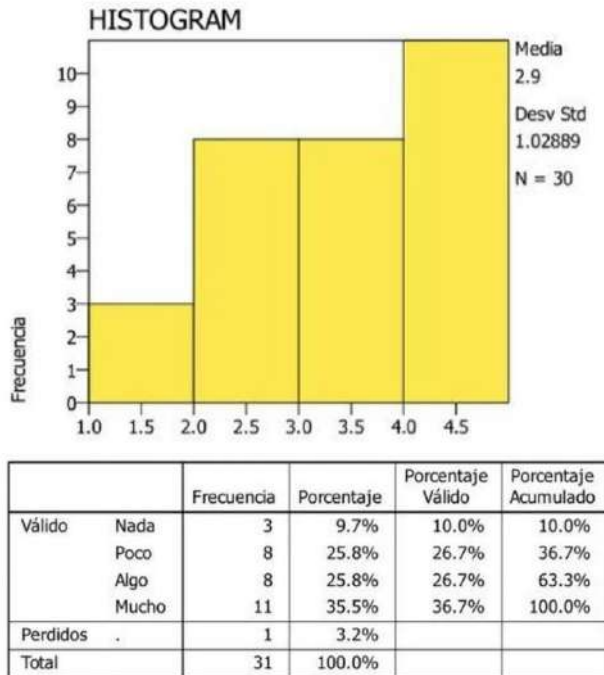
El análisis descriptivo permite observar las tendencias generales de los datos, es decir, qué tipo de publicaciones generaron mayor interés y cuáles tuvieron menor impacto. En este caso, se evaluaron seis publicaciones procedentes de dos cuentas de Instagram, una institucional correspondiente a SEJUVE Querétaro, y otra personal perteneciente al político Marco del Prete. Cada cuenta aportó publicaciones de diferentes formatos, las cuales fueron calificadas por los participantes en una escala del 1 al 5 según su nivel de interés y su probabilidad de compartirlas.

Los resultados muestran que las publicaciones institucionales de SEJUVE obtuvieron valores promedio más altos tanto en interés como en probabilidad de ser compartidas. En concreto, el interés promedio fue de 3.07 y la probabilidad de compartir alcanzó 2.90, cifras que indican una valoración positiva general, además aproximadamente el 40% de los encuestados consideró las publicaciones “muy interesantes” y un 33.3% las calificó como “algo interesantes”. En cuanto a la posibilidad de compartirlas, el 36.7% de los participantes manifestó que probablemente lo haría, mientras que solo el 10% expresó lo contrario. Las desviaciones estándar, de 0.94 y 1.03 respectivamente, reflejan una dispersión moderada de los datos, lo que sugiere cierta homogeneidad en las percepciones de los estudiantes.

Figura 1. ¿Cuál es el interés en publicaciones de SEJUVE?



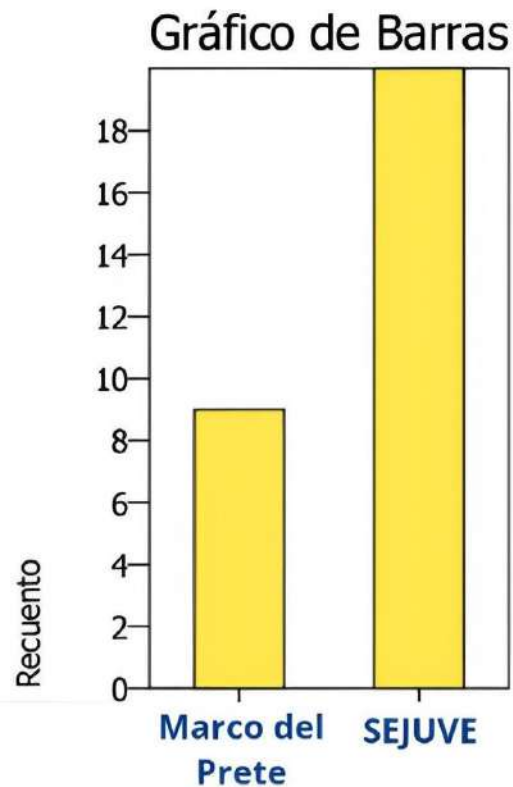
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Nada	2	6.5%	6.7%	6.7%
	Poco	6	19.4%	20.0%	26.7%
	Algo	10	32.3%	33.3%	60.0%
	Mucho	12	38.7%	40.0%	100.0%
Perdidos	.	1	3.2%		
Total		31	100.0%		

Figura 2. Probabilidad de compartir publicaciones de SEJUVE

En contraste, los resultados correspondientes a la cuenta personal de Marco del Prete mostraron un desempeño significativamente más bajo frente a las publicaciones institucionales de SEJUVE. El interés promedio obtenido fue de 2.63, mientras que la probabilidad de compartir alcanzó apenas 1.87, lo que refleja una menor aceptación e involucramiento por parte del público universitario. Solo el 33.3% de los participantes calificó las publicaciones como “muy interesantes”, y un 46.7% manifestó que “poco o nada” las compartiría, evidenciando una percepción menos positiva y una limitada disposición a interactuar con el contenido personal del funcionario.

Comparación general entre cuentas

Cuando se solicitó a los participantes elegir entre ambas cuentas, el 64.5% manifestó preferir la cuenta institucional de SEJUVE Querétaro, mientras que el 29% se inclinó por la cuenta personal de Marco del Prete. Este resultado evidencia una clara inclinación hacia los contenidos institucionales, los cuales se perciben como más atractivos, confiables y adaptados al público joven.

Figura 3.

Las razones expresadas por los participantes respaldan esta interpretación, entre los comentarios más frecuentes se encuentran expresiones como “el diseño es más agradable”, “la comunicación es más coherente entre el mensaje y el diseño” y “la estética está pensada para conectar con el público joven”.

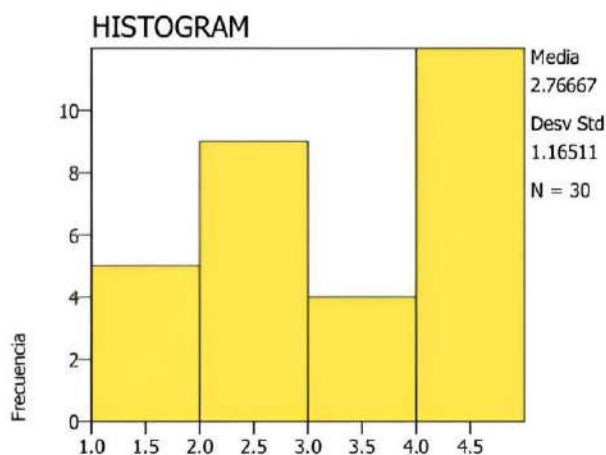
Estos argumentos indican que la presentación visual y la claridad del mensaje son factores determinantes para captar la atención de los usuarios universitarios, en cambio, las publicaciones personales fueron calificadas como menos atractivas o con una intención más política que comunicativa. De manera general, puede afirmarse que la cuenta institucional logra mayor conexión emocional y visual con su audiencia,

mientras que la personal genera respuestas más dispersas y moderadas, reforzando la idea de que los jóvenes perciben las cuentas institucionales como espacios de información útil y de participación social, a diferencia de las personales, que asocian más con propaganda o promoción individual.

Influencia de las redes en la opinión política

Además de las variables de interés y probabilidad de compartir, se analizó la percepción de los jóvenes sobre la influencia de las redes sociales en su opinión política. El resultado arrojó un promedio de 2.77, con una mediana de 3 y una desviación estándar de 1.17, sugiriendo que los estudiantes reconocen una influencia moderada de las redes en su formación política, aunque no la consideran su única fuente de información.

Figura 4. Influencia de las redes en la opinión política de los jóvenes



Al relacionar esta variable con el tipo de cuenta, se observó que aquellos participantes que valoraron más positivamente las publicaciones institucionales también fueron quienes reportaron una mayor influencia política proveniente de redes sociales. En cambio, quienes mostraron menor interés en las publicaciones personales tendieron a minimizar el impacto de las redes en su pensamiento político, esto sugiere que la credibilidad del emisor y la claridad del contenido

pueden reforzar la capacidad de las redes sociales para influir en la opinión pública juvenil.

Por último, otro hallazgo relevante es la correlación entre el gusto por el contenido, quién lo publica y la probabilidad de compartirlo, pues los datos muestran que, conforme aumenta el nivel de interés, también se incrementa la disposición a difundir el contenido entre otros usuarios. Esto demuestra que el atractivo del diseño, la claridad del mensaje y la confianza en la fuente actúan de manera conjunta para estimular la interacción.

La prueba de hipótesis valida que no hay diferencia estadísticamente significativa entre el interés y la probabilidad de compartir el contenido de cuenta institucional y personal.

Conclusión

Los resultados obtenidos a través de la prueba t de Student permiten concluir que tanto el tipo de cuenta como el formato de publicación influyen significativamente en el nivel de interés y la probabilidad de compartir contenido entre los jóvenes. De primera instancia, se comprobó que las publicaciones provenientes de cuentas institucionales, como la de SEJUVE, generan una mayor respuesta en comparación con las cuentas personales.

Esto se refleja en promedios superiores de interés (3.07 frente a 2.63) y de probabilidad de compartir (2.90 frente a 1.87), diferencias que resultaron estadísticamente significativas ($p < 0.05$). Por lo tanto, se confirma que el tipo de cuenta es un factor determinante en la percepción y participación de los estudiantes ante los contenidos políticos en redes sociales.

Figura 5.

Tipo de cuenta	Métrica	Media (Escala 1-5)	Conclusión
SEJUVE (Institucional)	Interés	3.07	Interés promedio más alto
Marco Del Prete (Personal)	Interés	2.63	Interés promedio notablemente más bajo
SEJUVE (Institucional)	Prob. De compartir	2.90	Clara intención de compartir
Marco del Prete (Personal)	Prob. De compartir	1.87	Baja intención de compartir

En primer lugar, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, confirmando que existe una relación significativa entre las variables analizadas. En segundo lugar, la comparación entre cuentas determinó que la cuenta institucional es más creíble, aunado a ello las publicaciones institucionales generan mayor interés y participación, evidenciando que los jóvenes perciben en ellas una comunicación más confiable y atractiva.

En tercer lugar, se comprobó que el formato de publicación también tiene un papel relevante, ya que los contenidos audiovisuales como los reels y las publicaciones con texto informativo demuestran una mayor capacidad de atracción visual que las imágenes estáticas.

Finalmente, se concluye que la comunicación política efectiva en redes sociales debe orientarse hacia la coherencia visual, la empatía con el público joven y el uso de formatos dinámicos.

Referencias

- Pablo, A. (2024). *El meme como eje de la política mexicana*. Movimiento Antorchista Nacional. Recuperado de <https://movimientoantorchista.org.mx/el-meme-como-eje-de-la-politica-mexicana>
- De la Garza Montemayor, D., & Pineda X. (2020). *Televisoras y redes sociales en el contexto de una transformación en materia de consumo de información sobre asuntos de la vida pública: Percepciones de una nueva generación en México*. Comunicação Mídia e Consumo. Recuperado de <https://doi.org/10.18568/cmc.v17i49.2366>
- Echeverría, M., & Meyer, J. (2017). *Internet y socialización política. Consecuencias en la participación juvenil**. Universidad de Medellín. Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/4915/491552449001/html/>
- García, C., Hernández, G., & Leyton, A. E. (2024). *Redes sociales y comportamiento electoral de los jóvenes*. Global Media Journal México. Recuperado de <https://doi.org/10.29105/gmjmx21.40-522>
- Gómez, R. (2019). *Impacto de las redes sociales en la percepción ciudadana sobre la compra del voto en México*. Revista UNAM. Recuperado de <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2020.28.68479>
- Vidrio, S., & Ruiz, M. (2020). *Los memes en la política: primer debate de la contienda presidencial mexicana 2018*. Virtualis. Recuperado de <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/articulo/view/338>

El sentido de inferioridad en carreras de estudios creativos ante el juicio y expectativa social

Oscar Martínez Maldonado oscar.maldonado14@anahuac.mx

Luisa Fernanda Pérez Sánchez luisa.perez25@anahuac.mx

Sarah Torreblanca Cruz sarah.torreblanca@anahuac.mx

Ane Urien Soto

ane_urien@anahuac.mx

Resumen

La investigación “El sentido de inferioridad en carreras de estudios creativos ante el juicio y la expectativa social” analiza cómo los estigmas culturales influyen en la autoestima y percepción profesional de los estudiantes de disciplinas artísticas y creativas. A partir de un enfoque cualitativo, con registros netnográficos, entrevistas y *focus groups*, se exploraron las experiencias emocionales y sociales de estudiantes frente a la desvalorización social de sus carreras. Los resultados evidencian que la percepción pública tiende a considerar las profesiones creativas como poco útiles o económicamente inestables. Sin embargo, también se observó un cambio positivo hacia el orgullo y la defensa de la identidad creativa. Más que afirmar la existencia de un sentido de inferioridad, el estudio concluye que dichos sentimientos son trascendidos mediante la determinación y la autoafirmación de los estudiantes que han elegido de manera consciente una formación en las artes.

Palabras clave: Estudios Creativos, Percepción, Cultura, Social.

Abstract

The research study “The sense of inferiority in creative studies in the face of social judgment and expectations” analyzes how cultural stigmas influence the self-esteem and professional perception of students in artistic and creative disciplines. By using a qualitative approach with netnographic records, interviews, and focus groups, the emotional and social experiences of students against social devaluation of their careers were deeply explored. The results show that public perception tends to consider creative professions as unhelpful or economically unstable. However, a positive shift toward pride and defense of a creative identity was also observed. Rather than asserting the existence of a sense of inferiority, the study concludes that such feelings are transcended through the determination and self-affirmation of students who have consciously chosen an education in the arts.

Keywords: Creative Studies, Perception, Culture, Social.

Introducción

El presente trabajo explora el tema del sentido de inferioridad en carreras de estudios creativos antes el juicio y expectativa social. La elección de este tema surge de una observación personal y colectiva dentro de la división de estudios creativos, donde, al compartir un círculo social mayormente integrado por estudiantes de estas disciplinas, se han identificado experiencias comunes relacionadas con la percepción social negativa de dichas carreras. En la sociedad mexicana, persiste una visión ofensiva hacia las licenciaturas enfocadas en el arte, la comunicación y el entretenimiento, considerándose con menor valor o prestigio frente a otras áreas profesionales (Christopher Calzada, s.f.).

Hablar de este tema resulta útil pues permite visibilizar y validar los sentimientos y consternaciones de quienes, movidos por la pasión hacia lo artístico o creativo, llegan a percibir su elección como inferior debido al rechazo o a la burla social. Como señala Lucy (2025), “a menudo quienes optan por una formación artística se enfrentan a la constante duda social sobre la utilidad y estabilidad de su elección”. Esto refleja que la presión externa no solo genera cuestionamientos sobre el futuro profesional, sino que también alimenta un sentimiento de inseguridad en el presente universitario. Siendo así que, la investigación beneficia tanto al individuo como a la sociedad. Por un lado, puede fomentar en los estudiantes de carreras creativas un mayor orgullo y seguridad respecto a su decisión académica, fortaleciendo su motivación y rendimiento. Por otro lado, busca generar un cambio en la percepción social, promoviendo el respeto hacia quienes se desarrollan en este sector y reconociendo el valor que aportan al ámbito cultural, educativo e innovador.

La comunidad elegida para el análisis son estudiantes de la división de estudios creativos,

específicamente Dirección de Empresas de Entretenimiento y Comunicación, y personas externas a esta área que reproducen los estigmas. El público al que se dirige este estudio incluye preuniversitarios, universitarios, recién egresados y docentes, pues todos ellos se ven implicados en el ciclo de elección, validación y acompañamiento de una carrera profesional. En este sentido, investigar el tema permitirá identificar los estereotipos sociales predominantes, analizar el papel que juega la validación externa en la motivación de los jóvenes y generar propuestas para disminuir el sentido de inferioridad que muchos estudiantes experimentan. Como lo expone Calzada (s.f.), la subestimación de las carreras artísticas contribuye a su invisibilización, cuando en realidad estas profesiones son esenciales para el desarrollo social, cultural y económico.

Justificación

El tema “El sentido de inferioridad en carreras de estudios creativos ante el juicio y expectativa social” fue seleccionado debido a que, dentro de la División de Estudios Creativos, muchos estudiantes enfrentan estigmas y prejuicios que desvalorizan su elección académica, generando inseguridad y falta de reconocimiento social. La investigación resulta útil porque visibiliza y valida estos sentimientos, fomenta el respeto externo hacia las disciplinas creativas y fortalece el orgullo de quienes las estudian, lo cual beneficia tanto al ámbito académico como al social. Como señala Lucy (2025), “a menudo quienes optan por una formación artística se enfrentan a la constante duda social sobre la utilidad y estabilidad de su elección”, lo que confirma la necesidad de abordar este fenómeno.

De igual forma, Calzada (s.f.) subraya que estas carreras suelen percibirse como menos valiosas frente a otras áreas, reforzando estereotipos que afectan la motivación y rendimiento de los estudiantes. En este sentido, la investigación permitirá evidenciar los prejuicios

más comunes, comprender el impacto de actores sociales como la familia, los medios o las instituciones, y proponer nuevas miradas que dignifiquen y legitimen el papel de las disciplinas creativas en la sociedad.

Por medio de un análisis integral, se comprobaría que el problema está presente en las distintas esferas en las que se desarrollan estos estudiantes, desde el entorno familiar hasta el digital, en donde son víctimas de comentarios que desvalorizan su elección vocacional.

Objetivos generales

La presente investigación busca visibilizar y denunciar el estado actual de la reputación y la posición que ocupan las carreras de estudios creativos dentro del estatus social. Este análisis resulta necesario para generar conciencia sobre su valor e impacto en la sociedad, así como para comprender la percepción que mantienen tanto los estudiantes externos como quienes cursan estas carreras. Además, se pretende evidenciar de qué manera dichas percepciones influyen en la experiencia académica y personal de los alumnos de disciplinas creativas, quienes con frecuencia se ven en la necesidad de validar o justificar su formación profesional.

Objetivos específicos

- Lograr concientizar para intentar reubicar a las carreras del área de estudios creativos para que sean reconocidas y respetadas al mismo nivel que otras profesiones. Mostrando cómo su contribución a la cultura, la innovación y la identidad social resulta tan valiosa como la de otras profesiones. Este replanteamiento implica visibilizar el aporte de los estudios creativos en la sociedad.
- Invitar tanto a la sociedad en general como a los estudiantes externos a informarse respecto al plan de estudios y formación académica de las carreras creativas para cambiar su percepción y poco a poco recuperar el valor de las mismas. Así como conocer cuáles son sus campos de

aplicación y amplia oferta de oportunidades laborales, ya que gran parte de la crítica se origina en la falta de información o en prejuicios basados en la ignorancia.

- Identificar cómo la percepción social, y en muchos casos la expectativa familiar, afecta a los estudiantes de carreras creativas. Indagar de qué manera los juicios externos afectan su autoestima, su motivación académica y su proyección profesional. Este análisis permitirá reconocer si los alumnos desarrollan estrategias de defensa frente a las críticas o si llegan a experimentar dudas, inseguridades o frustraciones respecto a su decisión vocacional.

Planteamiento del problema

En el contexto actual, las carreras de estudios creativos, continúan enfrentando una fuerte carga de prejuicios y estigmas sociales en torno a su valor profesional y económico. A pesar de su contribución cultural y simbólica, la sociedad suele considerar que estas disciplinas ofrecen menores oportunidades laborales, inestabilidad económica o incluso poca relevancia académica en comparación con carreras tradicionales como ingeniería, derecho, medicina o administración.

El problema radica en que el juicio social y las expectativas externas condicionan la forma en que los individuos construyen su identidad profesional dentro del ámbito creativo. Las narrativas dominantes tienden a asociar el éxito con la productividad económica y la estabilidad laboral, invisibilizando el valor simbólico, emocional y cultural de las profesiones artísticas. Además, en el entorno universitario se observa una segregación simbólica entre carreras, donde las de corte creativo suelen ser vistas como “más fáciles” o “menos serias”.

Por lo tanto, resulta fundamental investigar de qué manera los estudiantes y egresados de carreras creativas perciben y

enfrentan estas expectativas sociales, y cómo dichas percepciones influyen en su identidad, motivación y sentido de pertenencia. Este estudio busca profundizar en las experiencias subjetivas de quienes se desarrollan en ámbitos creativos, identificando las causas y manifestaciones del sentido de inferioridad que se construye en torno a sus estudios, con el fin de aportar una comprensión más empática y crítica sobre el valor social de las profesiones artísticas.

Marco teórico

El escenario laboral de las profesiones artísticas y literarias corrobora los retos estructurales que los graduados enfrentan al entrar en el mercado laboral. Miranda (2024) resalta que, a pesar de su significativo valor cultural, estas carreras siguen considerándose como alternativas de escasa rentabilidad y elevado riesgo. Su análisis muestra cómo los egresados de literatura y bellas artes frecuentemente se encuentran con trabajos informales, salarios bajos y una valoración institucional limitada de su labor. Que no se reconozca socialmente a los profesionales no sólo limita sus posibilidades laborales, sino que también les hace asumir que su esfuerzo no tiene valor concreto, lo cual aumenta la sensación de inferioridad en comparación con otras disciplinas. La falta de políticas públicas que fomenten la profesionalización de las artes y la inclinación general a priorizar sectores productivos relacionados con la tecnología o la economía sostienen esta percepción.

Las emociones vinculadas a la inseguridad en el ámbito vocacional también juegan un rol importante en la formación de una sensación de inferioridad. De acuerdo con Baida (2017), el temor a cometer errores y la falta de autoaceptación son elementos cruciales en la crisis vocacional de una gran cantidad de jóvenes, que afrontan el miedo a haber tomado una mala decisión respecto a su carrera. Para los alumnos de campos creativos, este miedo se agudiza a causa de la comparación continua con trabajos

que están validados socialmente. Baida destaca la relevancia de entenderse a uno mismo y estar dispuesto a cambiar como formas de enfrentar las inseguridades en el ámbito profesional. No obstante, cuando el ambiente desvaloriza la labor creativa, los alumnos suelen ver su camino como un error, lo cual fortalece sus sentimientos de frustración y autovaloración negativa. En esta línea, la inseguridad vocacional en los campos creativos no surge únicamente de la escasez de oportunidades de trabajo, sino también de la interiorización de un discurso social que los sitúa en una posición menos reconocida.

La devaluación de la creatividad ha aumentado en el mundo entero en tiempos recientes, sobre todo con la aparición de nuevas tecnologías que han cambiado cómo se percibe el trabajo creativo. Colt (2024) señala que la creatividad enfrenta una crisis de legitimidad porque numerosas compañías han empezado a reemplazar el talento humano por instrumentos automatizados, lo que ha ocasionado una disminución del valor simbólico y monetario de la labor artística. El autor también indica que, a veces, los propios creativos contribuyen a este menosprecio al infravalorar su trabajo o aceptar compensaciones muy bajas, perpetuando así la noción de que la creatividad es prescindible o fácil de sustituir. Esta autopercepción deteriorada se convierte en una sensación de inferioridad grupal dentro de la comunidad creativa, donde la identidad profesional se ve amenazada por la ausencia de reconocimiento y compensación.

La educación artística se revela en esta situación como un componente esencial para cambiar los estigmas y aumentar la autoestima profesional de los alumnos creativos. El INBAL (Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura), bajo la coordinación de Gurza González en el año 2024, subraya que la enseñanza artística es crucial para cultivar una cultura crítica e incluyente. La educación artística promueve la sensibilidad y la imaginación, instrumentos esenciales para el cambio social. El escritor sostiene que solo se puede avanzar hacia una “humanización

inaplazable” a través de una educación artística firme, desafiando los paradigmas que relegan el arte a un segundo plano en los sistemas educativos tradicionales. Esta perspectiva defiende la educación artística como un ámbito para desarrollar la identidad y consolidar el pensamiento crítico, en oposición a la concepción utilitarista que predomina en la mayor parte de los sistemas educativos. No obstante, el poco respaldo de las instituciones y la baja inversión en programas de arte restringen su alcance, lo cual refuerza la idea de que el arte es un campo elitista o marginal.

El estudio de Corona Zapata y Serrano Acuña (2020) ofrece una perspectiva significativa al examinar la depreciación de las artes dentro del entorno universitario en México. Las autoras, por medio de entrevistas a maestros de la Facultad de Artes de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, detectan dos problemas fundamentales: el escaso aprecio social hacia las artes y la incorrecta valoración que se hace de las carreras artísticas en comparación con otras disciplinas. Los docentes subrayan que la formación en las artes no solo supone el desarrollo técnico, sino también el fomento de valores estéticos y habilidades expresivas esenciales para la educación del ser humano. Sin embargo, admiten que estos componentes parecen haber disminuido su relevancia social en una era marcada por la eficiencia en términos económicos y la productividad. La percepción de este tipo refuerza la idea de que las carreras artísticas son inferiores, ya que se las considera como si no tuvieran una utilidad inmediata.

La forma en que los jóvenes perciben su vocación y el valor de sus decisiones en el ámbito académico se ve también profundamente afectada por el entorno familiar. Valle García (2024) señala que la familia es uno de los contextos fundamentales de socialización que guían la elección de una carrera. El respaldo y la comunicación dentro de la familia, desde el punto de vista sociocognitivo y psicológico, refuerzan la confianza en uno mismo y la toma de decisiones

relacionadas con las vocaciones. Por el contrario, la ausencia de apoyo o la imposición de expectativas estrictas provocan ansiedad, desmotivación e incluso una sensación de inferioridad en los jóvenes que optan por rutas no convencionales. Estas formas de presión familiar pueden aumentar las inseguridades y los temores que se presentan al decidirse por una carrera creativa, sobre todo si los tutores o padres dan mayor importancia a la estabilidad económica que a la autorrealización personal.

Castro (2020) está de acuerdo con esta visión, enfatizando que la familia y la sociedad influyendo mucho en la elección vocacional, dirigiendo a los jóvenes hacia profesiones que ofrecen más prestigio social o seguridad económica. De este modo, escoger una carrera creativa puede ser visto como un acto de resistencia frente a un ambiente que favorece lo rentable por encima de lo expresivo. No obstante, esta decisión no está libre de costos emocionales, ya que la persona tiene que lidiar con el rechazo o la falta de comprensión de su entorno. Un panorama donde el sentido de inferioridad se vuelve una experiencia común entre los estudiantes y profesionales del arte es aquel en que la precariedad económica, la presión social y la falta de reconocimiento institucional se combinan.

A pesar de estas adversidades, hay investigaciones que intentan neutralizar la percepción negativa sobre las carreras artísticas, mostrando que no necesariamente llevan a la precariedad o al desempleo. Alicante Plaza (2016) muestra información empírica acerca de los egresados de la Escuela Universitaria de Artes TAI, y revela que el 84.2% de los encuestados afirmó estar trabajando después de terminar sus estudios. Este descubrimiento contradice el estereotipo de que las carreras artísticas brindan escasas posibilidades de empleo y proporciona una perspectiva más balanceada sobre la empleabilidad en los sectores creativos. Los hallazgos hacen posible sostener que la percepción de fracaso y riesgo en las carreras

artísticas se fundamenta más en prejuicios sociales que en pruebas objetivas, lo cual indica que es necesario replantear los discursos que nutren el sentimiento de inferioridad en estos ámbitos.

Los retos estructurales que afrontan los graduados artísticos y literarios en su integración profesional son confirmados por la situación laboral de estas carreras. Miranda (2024) resalta que, pese a su alto valor cultural, estas carreras siguen siendo vistas como de poco rendimiento y gran riesgo. Su análisis muestra que los egresados en literatura y bellas artes a menudo confrontan empleos informales, salarios bajos y una valoración institucional limitada de su trabajo. La falta de reconocimiento social no solamente cierra oportunidades laborales, sino que también hace que los profesionales asuman la noción de que su esfuerzo no tiene valor real, lo cual incrementa el sentimiento de estar en una posición inferior frente a otras disciplinas. Esta percepción se sostiene por la falta de políticas públicas que fomenten la profesionalización de las artes y por la inclinación general a poner en primer lugar sectores productivos relacionados con la tecnología o la economía.

El proceso de generar un sentido de inferioridad también está influenciado por las emociones relacionadas con la inseguridad vocacional. Según Baida (2017), la ausencia de autoaceptación y el temor a cometer un error son elementos clave en la crisis vocacional que atraviesan muchos jóvenes, quienes se enfrentan al miedo de haber escogido una profesión equivocada. Este miedo incrementa en el caso de los alumnos de campos creativos por la comparación continua con trabajos que están validados socialmente. Baida destaca la relevancia que tiene el autoconocimiento y la apertura al cambio como métodos para enfrentar las inseguridades en el ámbito laboral. No obstante, si el ambiente desestima el trabajo creativo, los alumnos suelen ver su carrera como un error, lo que intensifica emociones de frustración y autoevaluación. En este contexto, la

inseguridad vocacional en los campos creativos no solo surge de la escasez de oportunidades de empleo, sino también de la asimilación de un discurso social que los sitúa en una posición menos reconocida.

La desvalorización de la creatividad se ha intensificado en todo el mundo en los últimos años, sobre todo debido a que nuevas tecnologías han cambiado la manera de ver el trabajo creativo. Colt (2024) alerta de que la creatividad atraviesa una crisis de legitimidad, ya que numerosas compañías han empezado a reemplazar el talento humano con instrumentos automatizados, lo cual ha provocado un deterioro en el valor simbólico y financiero del trabajo artístico. El autor también indica que los mismos creativos, a veces, fomentan esta desvalorización al subestimar remuneraciones mínimas, lo cual perpetúa la idea de que la creatividad es prescindible o fácil de sustituir. Esta mala autopercepción se traduce en un sentimiento de inferioridad compartido entre los creativos, donde la identidad profesional es amenazada por la ausencia de reconocimiento y compensación.

En este contexto, la educación artística se presenta como un componente esencial para contrarrestar los estigmas y robustecer la autoestima profesional de los alumnos creativos. El INBAL (Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura), coordinado por Gurza González en 2024, resalta que la educación artística es fundamental para el desarrollo de una cultura inclusiva y crítica. La formación artística estimula la sensibilidad y la imaginación, que son instrumentos esenciales para el cambio social. De acuerdo con el escritor, es posible progresar hacia una “humanización inaplazable” únicamente a través de una educación artística robusta, poniendo en duda los paradigmas que relegan al arte dentro de los modelos educativos convencionales. Esta perspectiva defiende la educación artística como un ámbito para construir identidad y potenciar el pensamiento crítico, en contraste con la perspectiva utilitarista que prevalece en la mayor parte de los sistemas

educativos. No obstante, la percepción de que el arte es un ámbito elitista o marginal se ve fortalecida por la escasa inversión en programas artísticos y por la falta de apoyo institucional.

El estudio de Corona Zapata Serrano Acuña (2020) provee una perspectiva significativa al examinar la devaluación que sufren las artes en el contexto universitario de México. Las autoras reconocen, mediante entrevistas con maestros de la Facultad de Artes de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, dos problemas principales: el escaso aprecio social hacia las artes y la incorrecta valoración de las profesiones artísticas en comparación con otras disciplinas. Los maestros subrayan que la instrucción artística no solo supone el progreso técnico, sino también la creación de habilidades expresivas y valores estéticos esenciales para el desarrollo humano. Sin embargo, admiten que estos factores parecen haber disminuido en importancia social en una era dominada por la eficacia económica y la productividad. Estas percepciones contribuyen a que las carreras artísticas mantengan una posición de inferioridad, ya que son consideradas como no útiles en el momento.

La forma en que los jóvenes conciben su vocación y el valor de sus decisiones en el ámbito académico también está fuertemente determinada por el entorno familiar. Valle García (2024) señala que la familia es uno de los contextos fundamentales de socialización que guían la elección de una carrera. La comunicación y la ayuda familiar, desde el punto de vista social y psicológico, incrementan la confianza en uno mismo y la capacidad de tomar decisiones vocacionales con información. Por el contrario, la ausencia de apoyo o la imposición de expectativas estrictas provocan ansiedad, desmotivación e incluso una sensación de inferioridad en los jóvenes que optan por rutas no convencionales. Cuando los padres o tutores priorizan la estabilidad económica por encima de la autorrealización personal, este tipo de presiones familiares pueden aumentar las inseguridades y

los temores que se presentan al elegir una carrera creativa.

Castro (2020) está de acuerdo con este punto de vista, destacando que la familia y la sociedad tienen un gran impacto en la selección vocacional, motivando a los jóvenes a optar por profesiones que garantizan más prestigio social o seguridad económica. Por lo tanto, se puede ver la selección de una carrera creativa como un acto de resistencia frente a un ambiente que favorece lo lucrativo en lugar de lo expresivo. No obstante, esta decisión tiene costos emocionales, ya que la persona tiene que lidiar con el rechazo o la incomprensión de su entorno. La presión social, la escasez de reconocimiento a nivel institucional y la precariedad económica crean una situación en la que los estudiantes y profesionales del arte se sienten con frecuencia inferiores.

Con el objetivo de contrarrestar la visión negativa sobre las carreras artísticas, existen investigaciones que demuestran que estas no siempre llevan a la precariedad o al desempleo, pese a esos obstáculos. Alicante Plaza (2016) muestra información empírica acerca de los graduados de la Escuela Universitaria de Artes TAI, en la cual el 84.2% de los encuestados reportó estar empleado después de terminar su formación académica. Este descubrimiento contradice el estereotipo de que las carreras artísticas brindan escasas posibilidades de empleo y proporciona una perspectiva más balanceada sobre la empleabilidad en los sectores creativos. Los hallazgos sugieren que la percepción de fracaso y riesgo en las carreras artísticas se fundamenta más en prejuicios sociales que en datos objetivos, lo que indica la necesidad de replantear los discursos que perpetúan la sensación de inferioridad en estos ámbitos.

Los procesos de formación creativa requieren no únicamente el desarrollo de capacidades técnicas, sino también la creación de una identidad profesional fuerte. No obstante, esta identidad se pone en peligro cuando el estudiante siente que su labor no es reconocida o no tiene

valor. Según Lara Rodríguez (2024), hoy en día, el artista se enfrenta a una situación en la que la sociedad y la educación han dejado de lado el arte como medio de conocimiento, lo cual disminuye la función simbólica del creador. La ausencia de conexiones firmes entre los centros educativos y las comunidades artísticas ocasiona una ruptura entre el aprendizaje y la práctica profesional, lo que aumenta la sensación de aislamiento e inferioridad comparado con otras disciplinas laborales más definidas. Históricamente, el arte fue un instrumento de reflexión crítica y unidad social; sin embargo, ahora se encuentra en una posición marginal, lo que afecta directamente la autoestima del alumno y su apreciación de su propio trabajo.

En el mercado cultural, la estructura de desigualdad que existe hace que esta debilitación de la identidad creativa se vuelva más grave. Polakof (2021) señala que la incorporación laboral de los graduados de carreras artísticas depende de las redes sociales y de oportunidades informales, lo cual crea una considerable inestabilidad financiera. Los artistas, a diferencia de otras profesiones, en las que los títulos universitarios garantizan un nivel mínimo de reconocimiento, deben probar continuamente su legitimidad y valor. Dado que el éxito en el campo artístico no solo depende del mérito o de la dedicación, sino también de elementos externos como el capital simbólico, las relaciones personales y la exposición a los medios, este requerimiento de validación constante aumenta la inseguridad y la percepción propia de inferioridad. Así, la estructura de trabajo en el arte se transforma en un ámbito de desigualdad que restringe el crecimiento de la autoestima profesional.

Sin embargo, algunos escritores sugieren redefinir la creatividad como un elemento fundamental de la inteligencia humana. En su teoría de las inteligencias múltiples, Gardner (2011) sostiene que la capacidad artística es un tipo de consentimiento y razonamiento legítimo, comparable a la matemática o la lógica. El arte,

desde esta perspectiva no debe ser considerado como una disciplina decorativa, sino más bien como un medio para desarrollar el pensamiento crítico y emocional. Al aceptar la creatividad como un tipo de inteligencia, se ayuda a eliminar los prejuicios que la vinculan con el fracaso o la inutilidad. Esto proporciona a los alumnos de carreras creativas un marco de validación tanto social como cognitiva. Ahora bien, en muchos sistemas educativos la implementación práctica de esta perspectiva sigue siendo restringida, ya que se sigue dando prioridad al rendimiento medible por encima de los procesos expresivos.

También se puede entender la devaluación de lo creativo a partir de las teorías sociológicas del capital cultural. Bourdieu (1984) explica que las sociedades contemporáneas clasifican los conocimientos de acuerdo con su rentabilidad simbólica y económica, lo que hace que las disciplinas vinculadas al arte tengan generalmente una posición más baja en la escala social. Esta jerarquía no solo tiene un impacto en la repartición de recursos, sino que también incide en cómo se perciben a sí mismos los integrantes de los campos menos conocidos. Por lo tanto, el estudiante o el artista internaliza las representaciones de su entorno y reproduce el discurso de inferioridad, incluso sin ponerlo en duda. En consecuencia, la dominación simbólica funciona como un sistema que perpetúa la disparidad entre los conocimientos, estableciendo una barrera invisible entre lo “necesario” y lo “inútil”.

En América Latina, la precarización de las profesiones creativas también está vinculada con la ausencia de políticas públicas enfocadas en promover el arte y la cultura. De acuerdo con García Canclini (1999), las industrias culturales en la región han estado históricamente excluidas de los planes de desarrollo, lo que ha impedido su consolidación como sectores productivos. Esta falta estructural refuerza la percepción de que el arte es una actividad secundaria o un lujo, en lugar de ser un sector fundamental de la educación y la economía. Dado que no hay un marco

institucional fuerte, los artistas y creadores tienen que forjar sus carreras desde la informalidad, lo cual impacta no solo su estabilidad económica, sino también su sentido de valía a nivel personal y profesional.

Entender las consecuencias psicológicas de este fenómeno es posible gracias a la teoría del sentido de inferioridad de Aldred Adler. Según Adler (1930), los sentimientos de inferioridad nacen a partir de la comparación constante con otros y pueden tener impactos buenos o malos, según cómo sean dirigidos. Para los alumnos de carreras creativas, estos sentimientos tienen el potencial de ser una fuente de superación o un impedimento que paraliza, en función del contexto educativo y de apoyo social. Los individuos suelen desarrollar un complejo de inferioridad que restringe su potencial creativo cuando el medio ambiente refuerza los prejuicios acerca de la inutilidad del arte. En cambio, en entornos que fomentan la aceptación de uno mismo y el aprecio por el talento, la misma sensación puede convertirse en un impulso para ser resiliente y tener motivación.

La búsqueda de validación está íntimamente relacionada con el componente emocional del sentimiento de inferioridad. Fromm (1976) explica que la necesidad de reconocimiento externo se incrementa en las profesiones que dependen de la opinión pública o del gusto para evaluar el trabajo, lo que es una característica del ser humano moderno. En el mundo del arte, la ausencia de criterios objetivos para medir el éxito lleva a una dependencia de la aprobación social, lo cual incrementa las dudas y las críticas internas. Esta dependencia produce un ciclo psicológico en el cual el creador evalúa su valor de acuerdo con las reacciones del público o del mercado, lo que debilita su sentido interno de autoestima.

Además, estudios recientes confirman que el juicio social no solo afecta la percepción profesional, sino que también incrementa directamente los sentimientos de inferioridad.

Shen, Li y Li (2022) demostraron que la exclusión social predice un aumento significativo en estas sensaciones, efecto que se intensifica cuando los jóvenes tienden a rumiar sobre la experiencia. De acuerdo con los autores, la rumiación funciona como un puente psicológico que amplifica la desvalorización interna, pues cuando un individuo se siente rechazado o menospreciado por su entorno, la reflexión constante sobre ese rechazo profundiza la idea de “no ser suficiente”. Este hallazgo respalda que la crítica y expectativa social hacia los estudiantes creativos tiene un impacto emocional real y medible.

Pero pensar sobre el sentido y la importancia de su trabajo creativo puede fortalecer la autopercepción del artista. Dewey (1934) aclara que el arte es una clase de experiencia que permite al individuo conectarse con su entorno y darle significado a la realidad. Desde este punto de vista pragmático, la práctica artística no es únicamente un medio de expresión, sino también una vía para comprender el mundo y contribuir a su cambio. Por lo tanto, para combatir el sentimiento de inferioridad en los estudios creativos, es esencial resaltar el aspecto educativo y social del arte, dado que esto devuelve a la creatividad su papel como herramienta de desarrollo humano y saber.

Método

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, debido a que su propósito principal fue comprender las percepciones, emociones y experiencias de los estudiantes y egresados de carreras de estudios creativos o artísticas frente al juicio y las expectativas sociales sobre sus profesiones. Este tipo de estudio permite explorar los significados subjetivos y las construcciones sociales que los participantes elaboran en torno a su identidad profesional, así como los factores que influyen en el sentido de inferioridad que pueden experimentar.

El diseño de investigación fue exploratorio-descriptivo, ya que se buscó describir los sentimientos, opiniones y valoraciones que rodean las carreras creativas. El estudio se centró en interpretar la realidad desde la perspectiva de los propios sujetos, enfatizando la comprensión de su contexto social y emocional.

Instrumentos utilizados

Para la recolección de información se emplearon tres instrumentos principales:

- 1) Bitácoras de investigación en redes sociales (estudio netnográfico): se realizaron durante cinco días consecutivos, con el objetivo de observar y registrar opiniones, comentarios y debates en plataformas digitales sobre las carreras creativas y su percepción social. Estas bitácoras permitieron identificar discursos comunes, prejuicios y estigmas asociados a los estudios artísticos, así como reacciones de estudiantes y público externo.
- 2) Entrevistas individuales: se aplicaron entrevistas estructuradas a estudiantes y egresados de carreras de estudios creativos, utilizando las siguientes preguntas detonantes:
 - ¿Cómo te sientes estudiando una carrera de estudios creativos?
 - ¿Qué reputación tiene tu carrera ante otras?
 - ¿Cómo te sientes ante opiniones negativas sobre tu carrera?
 - ¿A qué atribuyes esta segregación entre carreras universitarias?

Estas entrevistas tuvieron como finalidad obtener testimonios personales, profundizando en las emociones, experiencias y percepciones individuales.

- 3) Focus groups: se organizaron grupos de discusión conformados por estudiantes de distintas áreas creativas, con el fin de promover la interacción y el intercambio de ideas. Este formato permitió observar

las coincidencias, tensiones y contrastes entre las experiencias colectivas.

Proceso de recolección de datos

El proceso de recolección se llevó a cabo en tres fases.

En la primera fase, se realizaron bitácoras de observación en redes sociales durante 5 días en el mes de septiembre, registrando las publicaciones, comentarios y debates relacionados con las carreras creativas en distintas plataformas digitales. Esta etapa permitió contextualizar el fenómeno y detectar los principales temas de conversación.

En la segunda fase se llevaron a cabo los focus groups algunos entre seis y ocho participantes y el más grande de 20 personas. En estos espacios se promovió el diálogo abierto y reflexivo

Finalmente, en la tercera fase, se procedió a las entrevistas individuales. La muestra fue de 70 personas, conformada por estudiantes y egresados de carreras creativas. La diversidad de perfiles buscó representar distintas experiencias dentro del ámbito creativo. Las entrevistas se realizaron en modalidad presencial, con una duración de 5 a 10 minutos cada una.

Posteriormente, toda la información recolectada fue transcrita y analizada mediante tabla de frecuencias y tabla de interpretación de entrevistas (análisis teórico empírico), identificando patrones, categorías y significados recurrentes que reflejan las percepciones sociales y personales en torno a las carreras creativas.

Resultados

Día 1: 8 de septiembre, 2025

Se realizó una investigación netnográfica en los medios de Instagram, Facebook, YouTube y TikTok con la intención de analizar el estado y percepción de las carreras de estudios creativos dentro de un entorno digital.

- Instagram

Figura 1.

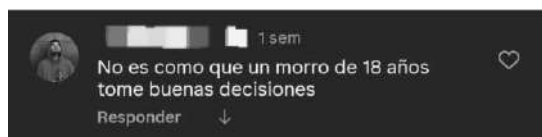


Figura 2.



Figura 3.



Figura 4.

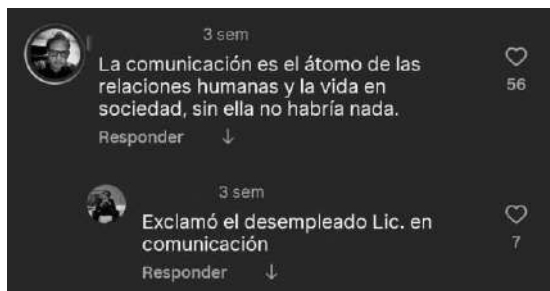
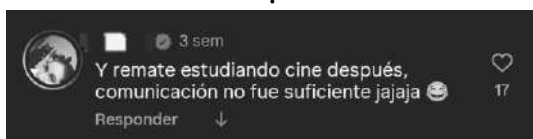


Figura 5.



Fuente: @dr_memestrofico, 2025. <https://www.instagram.com/p/DFdV88BOSc7/?igsh=YmVudDdvcDg5Ymk0/p/DFdV88BOSc7/?igsh=YmVudDdvcDg5Ymk0>

Los comentarios recopilados reflejan desaprobación hacia las carreras de comunicación y dirección de empresas de entretenimiento, presentándose como opciones poco serias, sin un futuro laboral o asociadas a malas decisiones personales.

Expresiones como "exclamó el desempleado lic. en comunicación" o "carreras que son mamada" refuerzan estereotipos negativos que minimizan la importancia de estas

disciplinas dentro del campo creativo, mientras que frases como "y remate estudiando cine después" ridiculizan aún más la elección académica, vinculándola con la falta de éxito profesional. De manera irónica, los usuarios reproducen un discurso colectivo que convierte estas carreras en objeto de burla dentro del espacio digital, lo que muestra cómo los memes funcionan como medio de reproducción cultural que establecen una especie de jerarquía entre distintas profesiones.

- Facebook

Figura 7.

No debí estudiar Comunicación y periodismo



Fuente: @Memes de Periodismo y Comunicación, 2020. <https://www.facebook.com/memesperiodismo/posts/585c622f/2536617576582032/>

Figura 8.



Figura 9.

carrera.

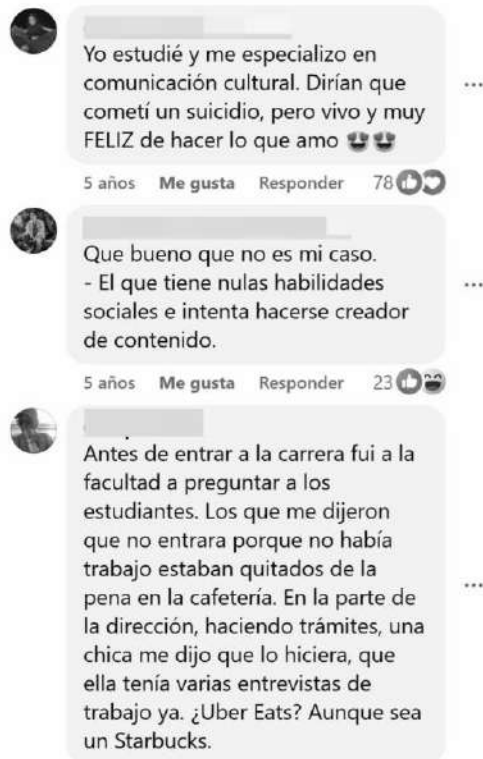


Figura 10.



Fuente: @EducArt, 2025.
<https://www.facebook.com/EeducArt/posts/69fc13921121936889971710/>

Estos memes y comentarios refuerzan la percepción social de qué estudiar comunicación o artes no garantiza estabilidad económica ni reconocimiento profesional. El primero, con la imagen de un repartidor, sugiere que la carrera no ofrece oportunidades laborales, reduciéndola a lo que se entiende como fracaso, al no poder dedicarse a lo que se estudió. En el segundo meme, la comparación entre “escuelas de arte” y una “carrera decente” reproduce un discurso familiar y social que clasifica las profesiones creativas como poco legítimas frente a otras consideradas más “decentes” o rentables. Estas representaciones no solo ridiculizan las trayectorias académicas en comunicación y artes, sino que también comparan las expectativas sociales y familiares de éxito dependiendo de la

• YouTube

Ambos videos analizados cuestionan percepciones comunes: uno profundiza en las experiencias de estudiar artes y su repercusión futura, el otro, examina cómo los deseos vocacionales de los jóvenes pueden chocar con las expectativas y en ocasiones miedos de sus familiares y amigos.

Cada creador aporta su experiencia de forma cercana. Se habla de la experiencia de estudiar artes o algo relacionado con él, se toca el tema de su repercusión en el futuro. También examinan cómo el deseo vocacional se ve afectado por los prejuicios sociales y el miedo a ser rechazado.

Figura 11.



Fuente: @MonkeyArts, 2021. <https://www.youtube.com>

Figura 12.

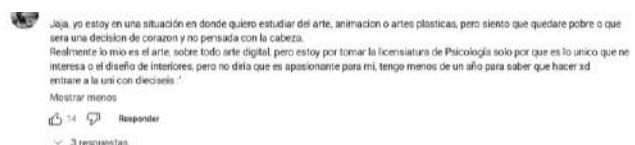


Fuente: @BadaSessions, 2018. <https://www.youtube.com>

Varios usuarios cuentan que sus padres o familiares los desanimaron, humillaron o presionaron para que eligieran otra carrera “más rentable” o “más profesional”. Esto refleja la percepción de que estudiar algo creativo o artístico no es bien visto y genera decepción a las personas cercanas. Por otro lado, algunos comentarios resaltan que vale más vivir feliz y realizarse en lo que amas que elegir una carrera solo por dinero o respeto.

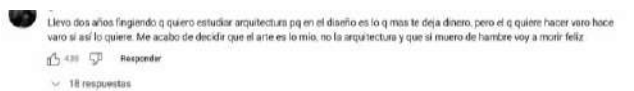
Muchos usuarios destacaron que los videos los motivaron a seguir sus sueños.

Figura 13.



Fuente: @Sushcaramelo, 2023. <https://www.youtube.com>

Figura 14.



Fuente: @oolaa93, 2023. <https://www.youtube.com>

Figura 15.



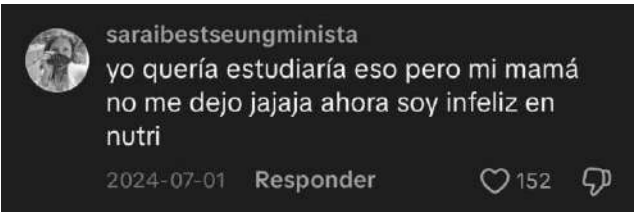
Fuente: @viridiana2269, 2021. <https://www.youtube.com>

- TikTok

Figura 16.



Figura 17.



Fuente: @hesitsana, 2024. <https://vt.tiktok.com/ZSAoA3aTy/>
Desde el propio copy in del video, se deja implícito que estudiar Dirección de Empresas de Entretenimiento implica traspasar un “instinto de supervivencia”, dando a entender que la rentabilidad de desempeñarse en dicha carrera es muy baja. Por otra parte,

se rescata un comentario que deja en evidencia la percepción que tienen los padres de preuniversitarios sobre Empresas de Entretenimiento; en este el usuario expresa su previo deseo de estudiar la carrera pero que, al tener una negativa de apoyo por parte de su madre, terminó estudiando Nutrición. Además, expresa explícitamente su infelicidad de aquel camino formativo en el que se encuentra, esto solamente deja en evidencia que la reputación que se ha generado sobre esta carrera tiene alta influencia e impacto.

Figura 18.

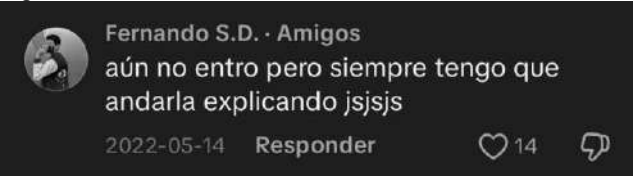


Figura 19.



Fuente: @ivannadelcallejo, 2022. <https://vt.tiktok.com/ZSAoAtDNq/>

En el video se presentan diferentes reacciones a las que la creadora se ha enfrentado al contar abiertamente la carrera que se encontraba estudiando. Desde calificar Empresas de Entretenimiento como “fácil”, hasta completamente no tener conocimiento alguno de su existencia, metodología y funcionamiento. Para evidenciar el último punto mencionado se extrajeron 2 comentarios que, desde su polaridad, dejan clara la ignorancia a la que se hace referencia. Por una parte, ¿se tiene un comentario-pregunta en el que un usuario directamente busca saber “de q trata esa carrera?”. Por otra parte, tenemos a un usuario que se encontraba por estudiar la carrera declarando que, inclusive sin estar todavía estudiando su licenciatura, ya se ha tenido que ver en la necesidad de explicar en qué consiste la misma.

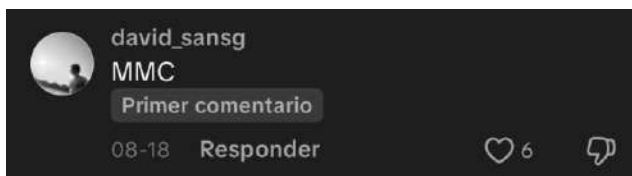
Figura 20.



Figura 21.



Figura 22.



Fuente: @fatima_jmzv, 2025. <https://vt.tiktok.com/ZSAoA1e9t/>

Se puede observar que, desde el propio *copy in* del video, se establece la relación que la percepción de la carrera de Dirección de Empresas de Entretenimiento es “barca”. Se refuerza dicho pensamiento con comentarios como los adjuntos.

Un usuario comentó “MMC”, siglas utilizadas coloquialmente para decir “Mientras Me Caso”, frase utilizada coloquialmente para encasillar licenciaturas que suelen ser estudiadas en lo que se consigue un matrimonio estable y se deje la vida profesional.

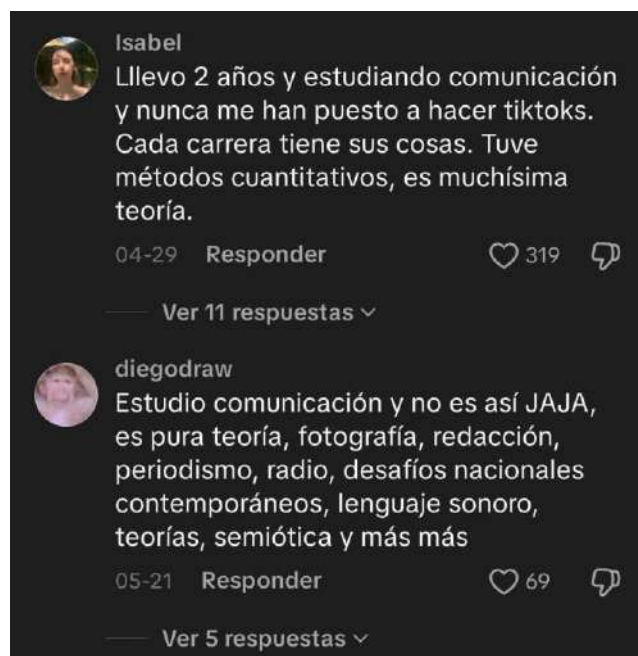
Por otra parte, un usuario contradice el video pero a la vez encasilla a Empresas de Entretenimiento como “poco útil”. A este último, le responde otro usuario evidentemente molesto diciendo “¿Poco útil?, lit usas entretenimiento TODOS los días” buscando defender a la licenciatura.

Figura 23.



<https://vt.tiktok.com/ZSAoAYt6p/>
Fuente: _diegoalamillo_, 2025
<https://vt.tiktok.com/ZSAoAYt6p/>

Figura 24.



Fuente: @_diegoalamillo_, 2025.
<https://vt.tiktok.com/ZSAoAYt6p/>

En el clip se observa una sátira de lo que es comúnmente entendido por “estudiar Comunicación”; en este se ve al creador grabando un trend viral de baile para la plataforma Tik Tok. Los comentarios de dos usuarios muestran un descontento con lo planteado, argumentando que la carrera abarca un plan de estudios sumamente complejo y califican el video como lejano a la realidad.

Figura 25.

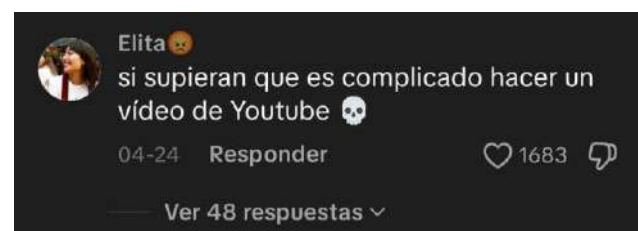
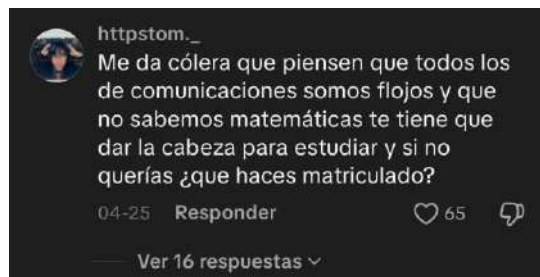


Figura 26.

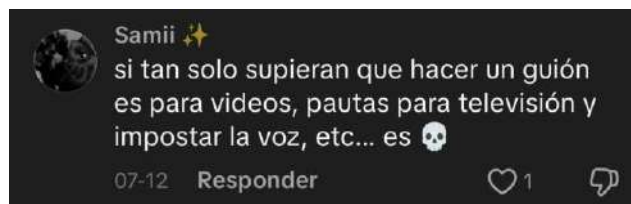


Fuente: @diannaafm, 2025 <https://vt.tiktok.com/ZSAoSwycU/>

Figura 27.



Figura 28.



Fuente: @pangocastanedo, 2025.
<https://vt.tiktok.com/ZSAoSwycU/>

La narrativa del video gira alrededor del tipo de tareas que tienen los estudiantes de Comunicación. Tres usuarios mostraron su indignación. Dos de ellos coinciden en que las personas no reconocen la dificultad de lo que clasifican como “fácil” o “sin chiste”. Por otra parte, el tercer usuario expresa textualmente que le “... da cólera que piensen que todos los de comunicación somos (son) flojos y que no sabemos (saben) matemáticas”. Definitivamente, más que presentarse un sentimiento de inferioridad, también se suscitan emociones de hartazgo, cólera e incredulidad ante la ignorancia.

Día 2: 10 de septiembre, 2025

Se realizaron una serie de preguntas preliminares para analizar el estado base de los estudiantes.

¿Cómo te sientes estudiando una carrera de estudios creativos?

- Bien, la verdad estoy bastante feliz con mi carrera.
- La verdad es que siempre me quise dedicar a esta área y estoy muy satisfecha con lo que llevo de mi carrera.
- La verdad me siento muy feliz ya que me considero una persona constantemente creativa y me interesa y me gusta mucho estar constantemente diseñando.
- La verdad es que estoy muy bien, siento que es una carrera que no le prestan mucha atención o la subestiman mucho entonces. Pero pues yo estoy muy a gusto en ella.
- Bastante bien, siento que elegí la carrera correcta la cual me deja expresarme libremente.
- Me encanta, soy muy feliz y creo que me permite explorar parte de lo que es mi pasión, que es el teatro y el arte, combinado con negocios y administración hace que la experiencia sea más completa.
- Me siento muy bien, muy agusto. Siento que me llena mucho.

¿Qué reputación tiene tu carrera ante otras?

- Siento que tiene muchas como vistas porque de un lado somos nos ven como los que más friega tenemos física y mentalmente y del otro lado nos ven como si tuviéramos materias como de circo entonces depende.
- Lamentablemente creo que hay una parte buena y una parte mala. La parte mala es que creen que los de entretenimiento o no somos buenos en matemáticas o les gusta la fiesta y el caos. Y la parte buena, que siempre somos gente movida y que nos gusta estar en todo tipo de eventos.
- Suelen decir que es como una carrera fácil, que no te van a pagar, que no me vas a tener como futuro de mi familia, ellos como que pensaban que me iba a estudiar como medicina y todo para seguir como con la generación Y pues yo la rompí, mi hermano si iba a estudiar medicina, pero

la verdad es que yo no vi, yo no me veo como en otra carrera que no sea comunicación, entonces como que si tienen algunos estereotipos muy negativos, en cambio pues no son así.

- Pues siento que todos lo ven como un juego, como pura diversión o fiesta, pero la verdad es que tiene muchos ámbitos en que trabajar y pues son muy bien pagados y pues siento que no ven todo el detrás de la carrera.
- Pues no muy buena, siento que todo el mundo piensa que solo estamos de fiesta, que nunca hacemos nada, pero en realidad nosotros somos los que organizamos las fiestas y ese tipo de eventos en general.
- Una muy mala reputación, mis compañeros de mi carrera anterior me decían “¿en serio te vas a cambiar a entretenimiento? ¿Ahí qué haces?”. Inclusive cuando me toca tener conversaciones con gente me preguntan “¿qué hacen ahí? nada” y trato de decirles que sí hacemos cosas, vivimos muy ocupados. Nadie sabe de lo que realmente se trata hasta que estás adentro.
- Muy mala reputación, piensan que son solo fiestas.

¿Y cómo te sientes ante estas opiniones negativas?

- Pues me daba impotencia, pero al final de cuentas me quedé pensando que pues ellos no están en mi vida y no están en mi carrera entonces yo soy feliz.
- Pues creo que se han generado por opiniones muy generales, pero creo que depende de cada uno puede demostrar que individualmente no es así.
- Me siento mal porque pues no, ahora sí que no ven todo el trabajo que hacemos en los proyectos o así, pues todo lo ven como muy de diversión así, pero no, de verdad no.
- Si es triste porque no solo son “fiestas”, siento que las personas ven el entretenimiento como “fiestas y

conciertos”, pero nada más. Cuando en realidad es un mundo mucho más abierto, lo cual es triste.

- Yo siento feo por ellos, me da lástima que se están cerrando a un tabú de que no es una carrera seria, cuando todo lo que consumen lo hacemos nosotros, de cierta forma es un poco hipócrita e ignorante.
- A veces es nefasto, pues siempre son las mismas respuestas cuando hablo de mi carrera y eso tiende a desmotivar.

¿Y tu familia apoyó tu decisión?

- Sí, apoyó 100% de mi decisión.
- Sí, 100%.
- Sí, aunque al principio como que como soy la primera hija de que, estudiando una carrera de estudios creativos, de qué comunicación y todo, se sorprendieron a la decisión de mi carrera, de qué es lo que me quería estudiar y dedicar.
- Sí, me apoyaron completamente, ahora sí que mientras yo esté en algo que me guste pues sí.
- Sí, me tomé un semestre sabático y mis papás me impulsaron a que lo hiciera para que decidiera bien la carrera a la que me quiero dedicar.
- Si, de hecho, me cambié de carrera e inclusive mi papá me dijo “creo que esta carrera va mucho con tu perfil” y pues sí tenía razón.
- Sí, pero mi papá todavía tiene ideas de que no es una carrera. Le gusta, pero si me saliera le gustaría aún más.

Conclusiones

En las entrevistas realizadas a estudiantes de carreras de estudios creativos como Dirección de Empresas de Entretenimiento (DEE) y Comunicación, se observa que los alumnos experimentan una alta satisfacción personal y entusiasmo por sus elecciones profesionales, destacando que estas carreras les permiten expresar su creatividad y desarrollar sus pasiones. La mayoría de los entrevistados cuenta con el apoyo de sus familias, aunque en algunos casos se

percibió cierta sorpresa inicial o reservas debido a prejuicios sobre la seriedad y estabilidad de la carrera.

En cuanto a la reputación de estas profesiones, los estudiantes coinciden en que existe una percepción negativa externa. Sin embargo, los estudiantes reiteran que estas opiniones negativas provienen principalmente de desconocimiento o ignorancia, y que una vez que otros comprenden el alcance real de la carrera, su percepción cambia notablemente.

Día 3: 11 de septiembre de 2025

Continuando con el análisis netnográfico, se optó por evaluar la red de “X” (antes Twitter) y las interacciones de su comunidad.

- Red social: X (Twitter)

Figura 29.



Figura 30.



Figura 31.



Fuente: @maaarmool, 2025. <https://x.com/home>
Los comentarios analizados en las figuras 13, 14 y 15, evidencian que, a pesar del estigma social que suele acompañar a las carreras artísticas, existe un fuerte deseo y entusiasmo por estudiar arte o sus derivados. Las expresiones encontradas en

esta red social reflejan que para muchos usuarios esta elección representa una fuente de felicidad, realización personal y pasión, incluso su implica arriesgarse o desafiar expectativas externas.

Figura 32.



Figura 33.

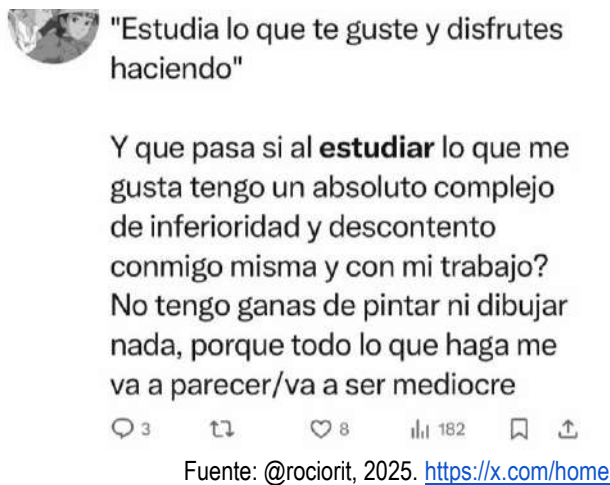


Figura 34.

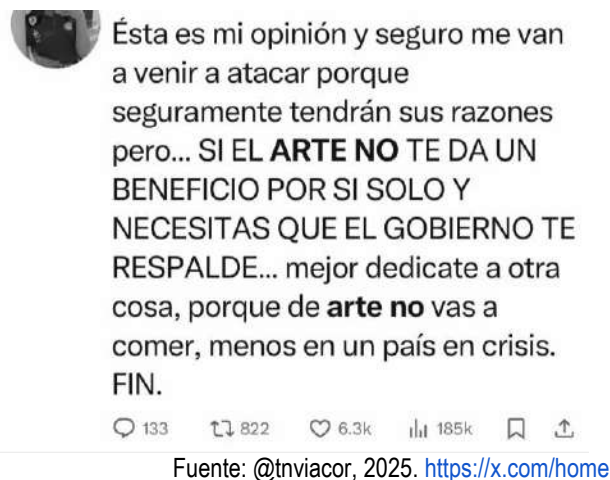


Figura 35.



Por otro lado, al analizar las figuras 16, 17 y 18, encontramos que también existe una percepción social de menosprecio hacia las carreras artísticas y creativas dentro de la red social. Los comentarios recopilados reflejan que muchos estudiantes o aspirantes a estudiar arte experimentan sentimientos de culpa o inferioridad, derivados de la presión social y familiar que asocia estas disciplinas con falta de seriedad, baja rentabilidad económica o inutilidad práctica. Incluso algunos usuarios critican de manera explícita a aquellos que optan por estudiar artes, reforzando la idea de que “del arte no se vive”, vinculando la elección de estas carreras con precariedad y fracaso.

Día 4: 12 de septiembre de 2025

Para comprender la perspectiva de la otredad frente a las carreras de estudios creativos y quiénes las estudian, se realizaron un par de preguntas a estudiantes de Ingenierías, Psicología y Medicina.

¿Qué opinas de quienes deciden estudiar arte o carreras relacionadas con lo creativo?

- Pues la verdad siento que es perder el tiempo. O sea, está bien que lo hagan como hobby, pero ¿de verdad estudiarlo como carrera? No les veo futuro.
- Me gustan, me parecen muy interesantes y muy útiles y de hecho me encantaría poder estudiar una carrera de esa área después de terminar mi carrera.
- Son carreras que realizan trabajos o proyectos que en lo personal me gustan mucho ya que al llegar a involucrarse en lo que es el entretenimiento de las personas, son actividades que se agradecen y que muchas veces ayudan a tener un escape de todo lo demás. Sin embargo considero que sí son más sencillas de cierta manera, ya que no involucran tanto grado de dificultad como

la Medicina o la Ingeniería. Aunque considero que el hecho de que todo sea subjetivo (que no deban obtener algún resultado concreto) tiene cierto grado de dificultad.

- Creo que está bien, al final todos buscamos algo que nos guste. No todos tienen que estudiar lo tradicional, el arte también aporta mucho, solo que de una forma diferente.

¿Consideras que las carreras de estudios creativos tienen mala reputación? ¿Por qué?

- Tienen mala reputación porque las creen menos importantes o que no hacen nada, pero en realidad no es que sean malas carreras.
- Justamente creo que viene de que a comparación de otras carreras se percibe como algo mucho más sencillo de realizar y que no implica la complejidad de otras mucho más exactas y precisas. Además de que en general otras carreras se involucran en cosas más importantes que lo que para muchos podría ser el entretenimiento.
- Pues entiendo de dónde viene esa idea, porque el mercado laboral es complicado. Pero también es cierto que hay médicos desempleados, ingenieros mal pagados y así. Ninguna carrera te garantiza el éxito, al final depende de cada persona, de su talento y de cómo se desarrolle en su área.

Honestamente, ¿Consideras que hay una jerarquía/ ranking dependiendo de la profesión? (Por ejemplo, que tal carrera es más importante o útil que esta otra)

- Sí, es muy obvio cómo se toman más en cuenta unas carreras porque es más visible que son “más útiles” en la vida real. Por ejemplo, es muy fácil ver cómo la medicina es útil porque todos hemos ido al doctor y por eso es una de las carreras más importantes. Por otro lado, la carrera de comunicación es una de las que a mi parecer menos se toman en serio porque es más complicado ver sus aplicaciones en el

mundo real, no se ven a simple vista siempre.

- Sí, creo que hay algunas que se podría decir son más indispensables que otras simplemente por sus implicaciones. Por ejemplo, la medicina es extremadamente importante ya que involucra la vida y salud de las personas. Aunque las de creativos se podría decir que juegan un papel menos crucial para la sociedad, también considero MUY necesario que las personas tengan alguna manera de despejarse que usualmente se logra por cosas involucradas a carreras creativas. Y de manera general, creo que se clasifica mucho a las materias como importantes o complicadas, es algo que prácticamente todos hacen y ya es parte hasta de un conocimiento popular. Retomando el ejemplo de Medicina y en este caso comunicación, ya está muy normalizado comentarios como "Es que es Medicina" o "Comunicación ni es estudiar"

Conclusiones

A partir de las entrevistas realizadas a estudiantes de distintas áreas, se puede observar que existe una percepción dividida sobre las carreras de estudios creativos. En general, se evidencia que la reputación de los estudios creativos está influenciada por prejuicios sobre su utilidad práctica y la percepción de dificultad, lo que genera una jerarquía social entre profesiones.

Día 5: 13 de septiembre de 2025

Se finalizó el análisis netnográfico a través del estudio y disección de las opiniones en la plataforma de Reddit.

Figura 36.

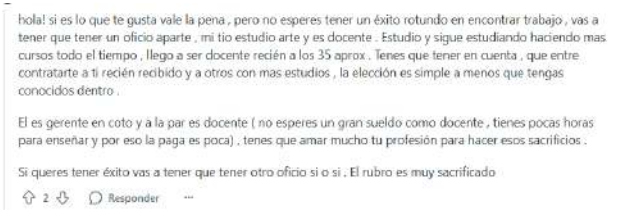
¿Vale la pena estudiar artes?

Buenas el año que viene estaba pensando en estudiar artes visuales. (Algo que me preocupa es saber que tanta estabilidad económica y posibilidad laboral puedo tener con esta carrera). Yo tenía en mente dedicarme a varias cosas tanto a la docencia ya sea en un colegio o yo intentar tener un lugar donde yo pueda enseñar a personas a dibujar o pintar etc, también a la venta de arte ya sea propio o por encargo (incluyendo también el arte digital ya que tengo tableta grafica y aun estoy aprendiendo a manejar bien los programas), etc. Desde ya muchas gracias a los que me puedan dar una orientación respecto a esto

Fuente: @lcyFlower931, 2022. <https://www.reddit.com>

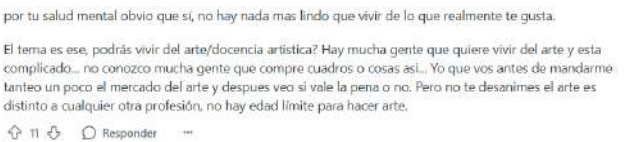
Este comentario refleja la incertidumbre y preocupación de un joven interesado en estudiar artes visuales, particularmente en relación con la estabilidad económica y las oportunidades laborales que estudiar algo relacionado con creativo podría ofrecerle. Aunque expresa entusiasmo, su inquietud principal se centra en si estas alternativas pueden traducirse en un futuro sostenible. En esta publicación es un claro ejemplo de cómo el juicio y la expectativa social influyen en la percepción del arte como una profesión arriesgada o de baja rentabilidad.

Figura 37.



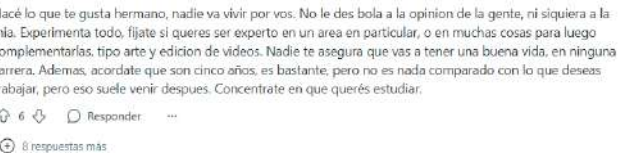
Fuente: @luchiAchava, 2022. <https://www.reddit.com>

Figura 38.



Fuente: @Little-shock-9444, 2022. <https://www.reddit.com>

Figura 39.



Fuente: @Practical_Mood9368, 2022. <https://www.reddit.com>

En las figuras 20, 21 y 22 se muestran las respuestas a la publicación mostrada en la figura 19. En conjunto confirman que el debate sobre estudiar arte está lleno de una tensión constante entre vocación y satisfacción personal, contra el juicio social y preocupación económica.

Tabla 1. Tabla de Análisis de Medios

Medio Utilizado	Conclusión Obtenida
YouTube	Mediante testimonios y largas reflexiones en comentarios, se muestran dos enfoques distintos sobre el valor de las carreras creativas. Por una parte, queda más que claro que los prejuicios familiares y sociales logran asociar las carreras de

	esta índole con baja rentabilidad. Por otro lado, se prioriza la realización personal a través de mensajes motivacionales. Comúnmente las percepciones cambian cuando se muestra el día a día genuino de quiénes están estudiando dichas carreras.
TikTok	La mayoría de clips, cortos y virales, suelen ridiculizar a las carreras de Estudios Creativos. Argumentando que son sencillas, “papita”, e inclusive de poca utilidad en un ámbito de “la vida real”. En comentarios se abre un debate entre quiénes refuerzan los mensajes de los videos y quiénes buscan enfatizar la utilidad y dificultad que sus carreras implican. Se encuentra una disonancia entre lo que se cree y lo que se vive; esta ignorancia provoca sentimientos de indignación y frustración.
Instagram	Por el propio formato del medio, la expresión con tonos burlescos sobre el tema puede ser hallada en memes, reels y comentarios. La burla se encuentra con mayor frecuencia y fortaleza; llegando a hacer uso de un tono despectivo y peyorativo. Igualmente se encuentra una división entre quiénes concuerdan con la narrativa propuesta y quiénes se encuentran personalmente ofendidos, buscando defender a todo momento su decisión vocacional.
X (antes Twitter)	Como suele ser, el tipo de conversaciones en este medio son sumamente polarizadas. Por una parte muchos usuarios expresan entusiasmo y pasión por escoger un camino vocacional que lleve a la realización personal antes de la rentabilidad. Muchos otros usuarios retoman esta última parte y argumentan que, por lo mismo, estudiar una carrera creativa implica “querer morirse de hambre”, vivir precariamente. Se observa un alto contraste entre orgullo y estigma.
Reddit	Si bien la incertidumbre sobre la estabilidad económica de quiénes estudian este tipo de carreras, el apoyo mediante consejos y relatos realistas genera un espacio de conversación distinto. Muchos usuarios expresan ironía y hartazgo frente a los prejuicios, más que un sentimiento de inferioridad.
Entrevistas / Medio físico	La opinión se encuentra dividida. Aquellos entrevistados que se encuentran estudiando una carrera de Estudios Creativos muestran un alto grado de satisfacción ante su decisión vocacional e inclusive expresan un apoyo familiar notable. Por otro lado, aquellos entrevistados que no estudian

	alguna carrera relacionada con la creatividad, replican prejuicios (como la percepción de ser licenciaturas menos serias). Esto deja observar como la mala reputación es explicada principalmente por desconocimiento.
--	--

¿Qué valoran los miembros, qué critican, cómo se construye la identidad grupal?

Los estudiantes valoran la posibilidad de expresarse creativamente, compartir acerca de la carrera que estudian y que les apasiona, buscan la realización personal y profesional (en un mundo que critica constantemente su profesión) y la motivación que les da dedicarse a algo que disfrutan. Además dan “like” como forma de apoyar comentarios que consideran valiosos, como por ejemplo cuándo alguien defiende o desmiente algún dato que se dijo con intención de demeritar el trabajo de los creativos.

Critican la falta de reconocimiento social, los prejuicios de que sus carreras son “fáciles”, “barco” o de “poca utilidad”, y la ignorancia de quienes no conocen el campo laboral y reducen el entretenimiento a “fiestas” o “diversión” sin ver el trabajo de organización que hay detrás.

Se fortalece la identidad grupal en la defensa colectiva ante la burla y el estigma. La comunidad se une, pues comparten el mismo sentimiento de indignación, y quieren posicionar a sus carreras sobre la reputación e idea negativa que se tiene de ellas. La comunidad ayuda al individuo a entender que no está sólo, dado que hay más personas estudiando dentro del área creativa que lo respaldan y entienden cómo se puede sentir ante los comentarios que normalmente reciben las carreras artísticas.

Rituales o símbolos digitales:

Uso del emoji de payaso (☹), para representar el sentimiento de ser ridiculizados por elegir estas carreras. También se repitió el emoji de calavera (☠) cuyo simbolismo en las nuevas generaciones implica que una situación es tan irónica o pesimista que inclusive tiende a ser graciosa. Usada para expresar incredulidad ante

críticas o prejuicios. Se mencionó bastante que se piensa que son “carreras barco”, expresión usada para decir que son licenciaturas que no requieren de mucho esfuerzo.

¿Qué puede aprender el sector del entretenimiento en esta comunidad?

Existe una comunidad que respalda las carreras de estudios creativos y reconoce su valor. A pesar de los prejuicios que puedan existir, el entretenimiento es una parte esencial de la vida cotidiana: todos lo consumen, muchas veces sin ser plenamente conscientes de ello. Precisamente por esa relevancia social surgió la necesidad de profesionalizarlo en una carrera universitaria, lo que demuestra su utilidad y contribución a la sociedad. Aunque pueda existir una sensación de inferioridad frente a otras disciplinas, es fundamental avanzar hacia una mayor concientización que permita que estas áreas sean reconocidas y respetadas en igualdad de condiciones dentro del ámbito académico y profesional.

Tabla 2. Tabla de Frecuencias

Nombre	Descripción	Frecuencia	Comentario Ejemplo
Fácil / Carrera fácil	Juicio social que minimiza el esfuerzo o rigor académico de carreras creativas.	28 de 60	15) Los alumnos comentan que otros compañeros de carreras como medicina, ingeniería, etc, piensan que las carreras del área creativa son fáciles. 13) Algunos alumnos piensan que otras carreras critican los estudios creativos desde la ignorancia.
Burla	Comentarios o publicaciones que ridiculizan la carrera.	23 de 60	13) Me hacen burla por estudiar entretenimiento. 10) Mis amigos se ríen de mí cuando les digo que tengo mucho trabajo o que estoy muy estresado.
Meme	Forma digital de ridiculizar	18 de 60	13) Vi un meme que decía: si la vida fuera fácil se llamaría entretenimiento.

	la carrera en redes sociales.		5) Mucha gente hace memes de las personas que deciden dedicarse al arte.
Chiste	Comentari o sarcástico sobre el valor de la carrera.	15 de 60	13) Siempre hacen chistes de que solo hacemos fiestas. 2) Siempre hacen chistes y nunca tengo nada que hacer.
Inferior	Sensación de estar en desventaja frente a carreras más tradicionales.	20 de 60	11) Nos ven como inferiores a los de derecho o medicina. 9) No nos toman en serio y nos ven como inferiores siempre.
Orgullo / Satisfacción	Emoción positiva ligada a la realización personal y profesional.	19 de 60	15) Están orgullosos de su carrera, aunque la critiquen 4) Están estudiando lo que los hace felices y se sienten realizados.
Juicio	Evaluación negativa proveniente de familiares, profesores o sociedad.	17 de 60	10) La gente juzga sin saber lo que hacemos. 7) Algunos familiares me juzgan por no seguir las tradiciones de estudiar lo que se acostumbra en la familia.
Desinformación	Falta de conocimiento sobre el trabajo y complejidad del campo creativo.	17 de 60	14) No saben todo el proceso detrás de un evento o producción. 3) Creen que todo es rápido y fácil porque no se informan.
Segregación	División entre carreras "serias" y "creativas"	16 de 60	15) Siempre separan nuestras carreras de las demás, como si no contaran. 1) La mayoría del tiempo a

	dentro de la universidad.		los estudios creativos los dejan de lado, como si no fuéramos importantes.
Comparación	Contraste constante con áreas consideradas más difíciles o útiles.	16 de 60	8) Nos comparan con ingeniería y medicina todo el tiempo. 8) Mis papás siempre me comparan con mis hermanos porque ellos si estudian algo "serio".
Prejuicio	Opinión sin fundamento o sobre la inutilidad o frivolidad de su carrera.	12 de 60	12) Hay prejuicios de que solo sirve para fiestas o influencers nuestra carrera.
Respeto	Deseo que su carrera sea vista con la misma dignidad profesional.	15 de 60	6) Solo pedimos el mismo respeto que a las demás licenciaturas. 9) Si es molesto que no respeten mi trabajo.
Envidia	Interpretación de las críticas como producto de celos o inseguridad ajena.	15 de 60	7) Siento que muchos critican por envidia, no por conocimiento. 8) Creo que nos tienen envidia por estudiar algo que nos hace felices.
Pasión	Motor emocional que impulsa a seguir la carrera pese al estigma.	12 de 60	12) Estudio esto porque me apasiona, no porque sea fácil.
Frustración	Emoción ante el desprecio o incompre	10 de 60	10) A veces frustra que no valoren todo el trabajo que hacemos.

	sión social.		
Duda	Inseguridad temporal sobre haber elegido la carrera correcta.	10 de 60	10) Sí llegué a dudar por los comentarios negativos.
Unión	Idea de fomentar la colaboración entre carreras y eliminar jerarquías.	9 de 60	9) Deberíamos unirnos más entre carreras, no competir.
Autoestima profesional	Confianza en el propio valor y capacidad pese al juicio externo.	8 de 60	8) Ya no me afecta lo que digan, sé que soy buena en lo que hago.
Desprestigio	Percepción de que la carrera carece de valor o seriedad académica.	8 de 60	4) Nos ven como si no tuviéramos futuro laboral. 4) Dicen que la carrera no tiene prestigio.
Esfuerzo	Reivindicación de que el trabajo creativo también exige dedicación.	7 de 60	3) Nuestros proyectos requieren más horas que muchos exámenes. 4) Ellos no saben todo el esfuerzo que hay detrás de un evento.
Motivación	Deseo demostrar capacidad y romper con estereotipos.	7 de 60	2) Eso me motiva a probar que nuestra carrera sí vale. 5) Todos los días me levanto motivado a seguir estudiando.

Injusticia	Sensación de trato desigual dentro del entorno académico.	6 de 60	4) A las carreras con matemáticas las toman más en serio. 2) Se siente injusto que valoren más a otras áreas.
Identidad	Sentimiento de pertenencia a una comunidad creativa.	6 de 60	3) Encontré mi identidad en esta carrera. 3) Ser parte del área creativa me hace sentir auténtica."
Resiliencia	Capacidad de sobreponerse al desprecio social.	5 de 60	3) Aprendí a no tomarme personal los comentarios. 2) Ya no me afecta lo que opinen los demás.

Tabla 3. Tabla Análisis Teórico-Empírico

Dimensión Analizada	Descripción del Hallazgo	Contribución al Sentido de Inferioridad en carreras de Estudios Creativos
Percepción pública de las carreras creativas de acuerdo a los estudiantes de ésta área	Se concuerda que existe una percepción negativa y despectiva de forma generalizada de quienes se encuentran fuera del área creativa. Se han enfrentado a estos comentarios desde distintas esferas de su vida: la familia (ante la decisión vocacional), los amigos (el uso del "humor" peyorativo) y los medios digitales (memes y burlas de desprestigio propagadas en redes sociales).	Este hallazgo implica la reafirmación de la existencia de un problema social en donde se observa una actitud despreciativa esparcida en distintos medios con los que los estudiantes de Estudios Creativos interactúan en su día a día.

Agentes considerados detonantes y causales de la reputación de los Estudios Creativos	El principal factor identificado por los entrevistados radica alrededor de la ignorancia de los externos y su falta de interés por conocer realmente en qué consisten las carreras creativas. De la mano, se hizo hincapié en la influencia de la cultura como factor detonante de conductas narcisistas y egocentristas presentándose como una falta de apertura presente en México.	Una vez identificados los agentes causales, se puede abordar desde una nueva perspectiva el problema. De este modo, a futuro, se podrán diseñar estrategias integrales de cambio positivo ante esta disonancia social.
Influencia de la opinión pública en el estado emocional de los estudiantes y su reacción ante ello	Al momento de tener un diálogo más profundo con los participantes de la entrevista, se observó que en un principio la opinión pública tenía un efecto considerable en su estado emocional y toma de decisiones. Sin embargo, ese sentimiento ha evolucionado a un sentido de pertenencia y orgullo que provoca en ellos la motivación para defender y buscar demostrar su valía.	Este descubrimiento ayudó a redefinir el enfoque inicial de la presente investigación. Dado que no se observó un “sentido de inferioridad” per se sino que más bien hay una introspección y percepción individual positiva.

Conclusión

Después de analizar los comentarios en redes sociales, los resultados de las bitácoras netnográficas, los testimonios obtenidos en

entrevistas individuales y los aportes de los focus groups, se confirma que las carreras de estudios creativos continúan siendo objeto de una percepción social cargada de estigmas, prejuicios y narrativas que las posiciona como profesiones “menos serias”, inestables o de baja rentabilidad. La evidencia recopilada demuestra que estas valoraciones negativas provienen principalmente de agentes externos a la comunidad creativa y se reproducen tanto en el entorno familiar como en el digital, generando una jerarquía simbólica entre disciplinas universitarias.

Sin embargo, al contrastar esta percepción social con las experiencias de los propios estudiantes y egresados, se revela un hallazgo fundamental que transformó la dirección inicial de la investigación: el “sentido de inferioridad” no se origina en quienes estudian estas carreras, sino en las narrativas externas que los rodean. Lejos de adoptar los prejuicios que circulan en su entorno, la mayoría de los participantes expresó orgullo, satisfacción y un creciente sentido de identidad profesional, el cual se fortalece mediante la introspección, la resiliencia y la defensa activa de su área académica.

Este punto obligó a replantear la hipótesis inicial. Si bien se esperaba encontrar un sentimiento de inferioridad internalizado en los estudiantes, los resultados muestran que dicho sentimiento es más bien atribuido por el juicio social que por los propios creativos. La hipótesis se reconfigura, entonces, hacia una comprensión más precisa: no se trata de que los estudiantes se sientan inferiores, sino de que deben navegar un entorno que los percibe como tales. Ese matiz es esencial para comprender el problema desde una perspectiva más profunda y menos disonante. Asimismo, el análisis teórico-empírico permitió identificar que la percepción de inferioridad se alimenta de factores como la falta de información sobre el campo creativo, la ignorancia sobre la formación académica necesaria, las expectativas económicas tradicionales y la cultura mexicana que privilegia carreras “útiles”, “exigentes” o socialmente legitimadas.

deslegitiman la creatividad como fuerza profesional, cultural y humana.

A partir de los hallazgos, también emergen oportunidades de mejora y cambio. En primer lugar, se vuelve necesario intervenir en la esfera pública, no solo para corregir prejuicios sino para comunicar de manera clara la relevancia cultural, económica y social de las disciplinas creativas. En segundo lugar, se evidencia la importancia de fortalecer redes de apoyo institucionales, ya que la resiliencia emocional de los estudiantes surge, en parte, de la comunidad creativa misma. Finalmente, se reconoce que una estrategia de revalorización pasa también por la divulgación educativa del plan de estudios, los campos profesionales y las aportaciones del trabajo creativo, contrarrestando así la ignorancia que se identificó como uno de los detonantes principales del estigma.

Desde otros enfoques, esta investigación pudo haberse abordado también desde perspectivas sociológicas (jerarquías del capital cultural), psicológicas (procesos de autoafirmación y validación), económicas (industria de la creatividad y modelos laborales), o incluso desde estudios culturales (representación del artista en el discurso social). Si bien el enfoque cualitativo permitió profundizar en la dimensión emocional y simbólica del fenómeno, estos enfoques alternativos podrían complementar el análisis en futuras investigaciones y ofrecer una visión más integral de la problemática.

A modo de recapitulación, si bien existe una percepción social de inferioridad hacia las carreras creativas, esta no se refleja como un sentimiento predominante dentro de los propios estudiantes. Por el contrario, los hallazgos muestran una comunidad que reconoce el valor de su área, que resignifica el estigma desde el orgullo y que construye una identidad profesional sólida basada en la vocación, la resiliencia y la comprensión del papel transformador del arte en la sociedad. El verdadero desafío, por tanto, no radica en cambiar la percepción interna, sino en desmontar las narrativas externas que aún

Referencias

Baida, A. (2017, 11 abril). *Cómo volver a empezar si te has equivocado de carrera profesional (o ya no quieres seguir más)*. Coach de la Profesional. <https://coachdelaprofesional.com/volver-empezar-te-equivocado-carrera-profesional-ya-no-quieres-seguir-mas/>

Castro, T. (2020). *Aprender de los errores: factores que inciden en una elección vocacional equivocada*. Universidad Iberoamericana. <https://www.bib.bero.mx/tesis/pdf/017162/017162.pdf>

Colt, S. (2024, 27 de diciembre). *Where Is My Mind? The Devaluation of Creativity*. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/where-my-mind-devaluation-creativity-saul-colt-686sc>

Corona Zapata, J. A., & Serrano Acuña, M. E. (2020). *¿Si estudias artes, te mueres de hambre? Reflexiones desde la opinión de los profesores de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México (BUAP)*. file:///C:/Users/sara/Downloads/barandiaran,+4-Corona-Zapata.pdf

Fariás-Martínez, G. M., Monforte García, G., García Montoya, M., & Prott Maldonado, L. E. (2016). *Criterios, percepciones y personalidad de los estudiantes que determinan la elección de una carrera profesional en el área de negocios*. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 7(19). <https://doi.org/10.22201/iisue.20072872e.2016.19.187>

Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura (INBAL), coordinación de Alfredo Gurza González, en colaboración con la Escuela Nacional de Pintura, Escultura y Grabado “La Esmeralda”. (2024). *Educación en artes*. [http://www.discursovisual.net/dvweb53/pdf/00-DV53-Educacion en artes-completa.pdf](http://www.discursovisual.net/dvweb53/pdf/00-DV53-Educacion%20en%20artes-completa.pdf)

López-Hernández, D., & Thompson, B. M. R. (2014). *Apoyo financiero para fomentar el desarrollo de proyectos de investigación para la salud*. *Revista Española de Medicina Quirúrgica*, 19(2), 210–215.

Madrid Ad School. (2023). *Los miedos y estigmas de elegir una carrera creativa*. Madrid Ad School. <https://madridadschool.com/miedos-estigmas-carrera-creativa/>

Marines, M. (2021). *¿Por amor al arte? La precaria situación económica de los artistas en México*. *Vanguardia MX*. <https://vanguardia.com.mx/show/artes/por-amor-al-arte-la-precaria-situacion-economica-de-los-artistas-en-mexico-MVVG3580936>

Massaguer, L., Creus Quinteros, A., & Sánchez-Navarro, J. (2023). *¿Quién quiere ser creativo? Imaginarios y expectativas de estudiantes universitarios de diseño y comunicación sobre la profesión creativa*. *Gráfica*, 1–10. <https://openaccess.uoc.edu/items/d0c696d6-b3fc-4c2e-aa4b-9f87b029b526#page=1>

Miranda, P. (2024). *Carreras en literatura y bellas artes, continúan con más riesgo de ejercerse en la informalidad*.

Universidad de Guadalajara. <https://www.udg.mx/es/noticia/carreras-en-literatura-y-bellas-artes-continuan-con-mas-riesgo-de-ejercerse-en-la>

Monje, C. M. (2022). *¿Por qué no estudiamos arte? esCuchara*. <https://escuchara.com.ar/el-ganso-negro/por-que-no-estudiamos-arte/>

Plaza, A. (2016, 18 octubre). *Estudiar una carrera artística no es sinónimo de un bajo índice de empleabilidad*. Alicante Plaza. <https://alicanteplaza.es/alicanteplaza/Estudiarunacarreraartisticanoessinnimodeunbajondicedeempleabilidad>

Romero, A. (2025). *9 carreras universitarias: ¿con cuál te identificas?* UTAN. <https://www.utan.edu.mx/blog/index.php/9-carreras-universitarias-que-te-haran-querer-volver-a-la-universidad>

Shen, H., Li, M., & Li, L. (2022). *Influence of social exclusion on the inferiority feeling of community youth through rumination*. *Frontiers in Psychiatry*, 13. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9529722/>

Valle García, A. L. (2024, 19 septiembre). *Factores sociales y familiares en la elección vocacional y profesional*. Blog Universidad Anáhuac Puebla. <https://puebla.anahuac.mx/posgrados/blog/doctorado/actores-sociales-y-familiares-en-la-elecci%C3%B3n-vocacional-y-profesional>

Anexos

Ficha 1. (Tabla 4)

Título	Aprender de los errores: factores que inciden en una elección vocacional equivocada.
Autor(es)	Tzu-San-Li Castro García
Concepto	Familia, carrera, sociedad y remuneración económica.
Teoría y cita	De acuerdo con Castro (2020) la familia, la sociedad, la economía y ciertos aspectos de la personalidad son algunos de éstos. La familia puede afectar de diferentes maneras la decisión vocacional, sea por presión para escoger determinada carrera, por herencia, por economía, por practicidad o de acuerdo con la cultura. La sociedad también puede imponer algunas carreras, al sobrevalorar algunas proporcionándolas mayor estatus y remuneración económica o al subvalorar otras con sueldos bajos y limitadas ofertas de trabajo.
Bibliografía	Castro, T. (2020). <i>Aprender de los errores: factores que inciden en una elección vocacional equivocada</i> . Universidad Iberoamericana. P64. https://www.bib.bero.mx/tesis/pdf/017162/017162.p

	df
Nota	Esta cita es útil para la investigación para justificar la importancia de la familia y la sociedad al momento de tomar una decisión sobre la vocación que se busca perseguir.

Ficha 2. (Tabla 5)

Título	Los miedos y estigmas de elegir una carrera creativa
Autor(es)	Madrid Ad School
Concepto	Miedos, estigmas y desafíos al elegir una carrera creativa.
Teoría y cita	Según Madrid Ad School (2023), elegir una carrera en el ámbito creativo implica enfrentar problemas sociales, así como prejuicios que influyen en la motivación de los estudiantes y refuerzan miedos relacionados con la estabilidad económica y la validación social. Entre los principales problemas que enfrentan los estudiantes están la incertidumbre sobre la estabilidad financiera, la falta de reconocimiento social, la alta competencia laboral y presión por cumplir expectativas externas e internas.
Bibliografía	Madrid Ad School. (2023). <i>Los miedos y estigmas de elegir una carrera creativa</i> . Madrid Ad School. Recuperado de https://madridschool.com/miedos-estigmas-carrera-creativa/
Nota	Esta cita es útil porque presenta y explica la sistematización de los miedos principales y estigmas relacionados a las carreras de estudios creativos, lo cual servirá para el contexto o antecedentes de nuestra investigación.

Ficha 3. (Tabla 6)

Título	9 carreras universitarias: ¿con cuál te identificas?
Autor(es)	Ana Romero
Concepto	La percepción social y oportunidades laborales de distintas carreras.
Teoría y cita	Romero (2025) resalta que “en el competitivo mundo laboral de hoy sólo tienen éxito las personas más preparadas”. El artículo presenta un contraste entre carreras consideradas tradicionales y de prestigio (como derecho, administración o contaduría) y otras creativas (como diseño gráfico), donde enfatiza que

	estas últimas también tienen campo laboral y futuro prometedor, simeone que desarrollen habilidades tecnológicas y de innovación. Esta mirada reconoce el valor de las profesiones creativas, aunque siguen condicionadas por criterios de empleabilidad y competencia.
Bibliografía	Romero, A. (2025). <i>9 carreras universitarias: ¿con cuál te identificas?</i> UTAN. Recuperado de https://www.utan.edu.mx/blog/index.php/9-carreras-universitarias-que-te-haran-querer-volver-a-la-universidad
Nota	Esta fuente nos permitirá comparar cómo se promueven tanto carreras tradicionales como creativas bajo el criterio de “oportunidades laborales”, y nos muestra que el prestigio social sigue ligado a la salida laboral y al éxito económico, lo que refuerza la presión externa sobre estudiantes de estudios creativos.

Ficha 4. (Tabla 7)

Título	Criterios, percepciones y personalidad de los estudiantes que determinan la elección de una carrera profesional en el área de negocios.
Autor(es)	Gabriela María Farías Martínez, Gabriela Monforte García, Maricela García Montoya, Luis Enrique Prott Maldonado.
Concepto	Educación en negocios, elección de carrera profesional, estudiantes.
Teoría y cita	De acuerdo a Farías et al. (2016) el criterio más determinante en la elección de una carrera profesional es el gusto personal de los estudiantes, seguido por la inserción laboral y las posibilidades de éxito académico; sin embargo, esta decisión también está condicionada por factores sociales, familiares, culturales y económicos que influyen en su percepción y valoración de las opciones disponibles.
Bibliografía	Farías-Martínez, G. M., Monforte García, G., García Montoya, M., & Prott Maldonado, L. E. (2016). <i>Criterios, percepciones y personalidad de los estudiantes que determinan la elección de una carrera profesional en el área de negocios</i> . Revista Iberoamericana de Educación Superior, 7(19). https://doi.org/10.22201/issue.20072872e.2016.19.187_ries.universia.unam.mx
Nota	Esta investigación es útil porque sostiene la idea de que la presión social, la obra y económica afecta la decisión de la carrera a estudiar.

Ficha 5. (Tabla 8)

Título	Apoyo financiero para fomentar el desarrollo de proyectos de investigación para la salud
Autor(es)	Daniel López-Hernández y María del Rocío Thompson Bonilla
Concepto	Importancia de asignar recursos financieros y formación administrativa en la investigación científica de la salud.
Teoría y cita	López-Hernández y Thompson Bonilla (2014) explica que "la formación de profesionales de la salud, como investigadores de carrera, con un alto sentido de responsabilidad administrativa, es indispensable para una mejor promoción y desarrollo de ciencia y tecnología en el área de la salud" (p. 210). Esto implica que el financiamiento no basta por sí solo; este debe ir de la mano de una gestión responsable que asegure la conclusión y el impacto social de proyectos.
Bibliografía	López-Hernández D, Thompson BMR. (2014). <i>Apoyo financiero para fomentar el desarrollo de proyectos de investigación para la salud</i> . Rev Esp Med Quir. 2014;19(2):210-215.
Nota	Esta fuente puede servir como corporativa de apoyo frente a los estudios creativos: mientras que en el ámbito de la salud se destaca la necesidad de financiamiento y validación institucional para fortalecer la investigación, en carreras creativas se muestra la falta de ese respaldo social y económico, lo que contribuye al sentimiento de inferioridad de sus estudiantes. Es útil para mostrar la valorización social y el acceso a recursos son factores que legitiman y dan prestigio de una profesión

Ficha 6. (Tabla 9)

Título	¿Por amor al arte? La precaria situación económica de los artistas en México.
Autor(es)	Mauro Marines
Concepto	Los artistas enfrentan una profunda precariedad económica en México y muchas veces dependen de trabajos secundarios para poder sostenerse.
Teoría y cita	"La desigualdad económica en México afecta a todos los sectores laborales, incluido el sector artístico y cultural, que siempre ha tenido que cargar con la creencia popular de que hacer arte 'por amor al arte'

	... es la única retribución válida por su trabajo" (Marines, 2021).
Bibliografía	Marines, M. ¿Por amor al arte? La precaria situación económica de los artistas en México. (2021). Vanguardia MX. https://vanguardia.com.mx/show/artes/por-amor-al-arte-la-precaria-situacion-economica-de-los-artistas-en-mexico-MVVG3580936
Nota	Este artículo es útil porque destaca la realidad económica de los artistas en México y cómo esto repercute para elegirlo como vocación.

Ficha 7. (Tabla 10)

Título	¿Por qué no estudiamos artes?
Autor(es)	Claudio Marcelo Monje
Concepto	El artículo explora las razones por las cuales el arte no recibe la atención y el valor que merece en el sistema educativo y en la sociedad en general.
Teoría y cita	Monje argumenta que la educación artística es esencial para el desarrollo integral de los individuos y para fomentar una cultura más crítica y creativa. "El arte no es un lujo, sino una necesidad; es la vía para entendernos a nosotros mismos y a los demás en un mundo que constantemente cambia." (Monje, 2022).
Bibliografía	Monje, C. M. (2022). ¿POR QUÉ NO ESTUDIAMOS ARTE? esCuchara. https://escuchara.com.ar/el-ganso-negro/por-que-no-estudiamos-arte/
Nota	A lo largo del artículo, se discuten las implicaciones de esta falta de énfasis en el arte, tanto en la formación personal como en la construcción de una sociedad más rica en creatividad y pensamiento crítico.

Ficha 8. (Tabla 11)

Título	¿Quién quiere ser creativo? Imaginarios y expectativas de estudiantes universitarios de diseño y comunicación sobre la profesión creativa.
Autor(es)	Lluc Massaguer Busqueta, Amalia Creus y Jordi Sánchez-Navarro
Concepto	Hace un análisis temático que permite abordar las percepciones que tienen los estudiantes sobre la creatividad, expectativas respecto al trabajo creativo

	e inquietudes acerca de las condiciones laborales en el ámbito.
Teoría y cita	Una de las conclusiones a las que llegó el estudio de Lluç Massaguer, et al. (2023), fue que por un lado se reconoce a la creatividad como un recurso de diferenciación en el mercado laboral competitivo. Sin embargo, también se piensa que el trabajo creativo está mal valorado, es poco reconocido y mal pagado. "La formación en creatividad se ve más como una opción vocacional que como una forma de asegurar una gran remuneración" (Massaguer, L., et al., 2023).
Biblio grafía	Massaguer, L., Creus Quinteros, A., et. al. (2023). <i>¿Quién quiere ser creativo? Imaginarios y expectativas de estudiantes universitarios de diseño y comunicación sobre la profesión creativa</i> . Gráfica, 1-10. https://openaccess.uoc.edu/items/d0c696d6-b3fc-4c2e-aa4b-9f87b029b526#page=1
Nota	Este artículo sirve para conocer la percepción de los estudiantes dentro del ámbito creativo.

Ficha 9. (Tabla 12)

Título	Carreras en literatura y bellas artes, continúan con más riesgo de ejercerse en la informalidad.
Autor(es)	Pablo Miranda Ramírez
Conc epto	El artículo aborda la situación actual de las carreras en literatura y bellas artes, destacando los desafíos y riesgos que enfrentan los egresados para encontrar oportunidades laborales en un contexto donde la cultura y las artes a menudo son subvaloradas.
Teoría y cita	Se menciona la necesidad de promover una mayor apreciación y apoyo hacia las artes y la literatura para mejorar las perspectivas laborales de los graduados."Las carreras en literatura y bellas artes, a pesar de su valor cultural, siguen siendo vistas como un camino arriesgado y poco rentable en el ámbito laboral." (Miranda, 2024)
Biblio grafía	Miranda, P. <i>Carreras en literatura y bellas artes, continúan con más riesgo de ejercerse en la informalidad</i> . Universidad de Guadalajara. (2024). https://www.udg.mx/es/noticia/carreras-en-literatura-y-bellas-artes-continuan-con-mas-riesgo-de-ejercerse-en-la
Nota	Se analizan factores como la falta de apoyo institucional, la escasez de empleos bien

	remunerados y la percepción social de estas carreras como menos valiosas en comparación con otras profesiones más convencionales.
--	---

Ficha 10. (Tabla 13)

Título	Cómo volver a empezar si te has equivocado de carrera profesional (o ya no quieres seguir más)
Autor(es)	Aida Baida Gil
Conc epto	Baida pone sobre la mesa las sensaciones que pueden estar pasando las personas que dudan sobre su decisión vocacional y propone un listado de preguntas esenciales para comprender introspectivamente su posición.
Teoría y cita	Aida reconoce la influencia que tienen los agentes sociales al momento de temer por admitir el "fallo" al momento de haber optado por alguna especialización profesional. Mediante un tono informal, cercano y condescendiente, Baida (2017) guía a los lectores por un camino de autoentendimiento y autoaceptación. Comienza por fomentar un análisis presente, en el que al entender que está frenando a la persona, los miedos e inseguridades pueden identificarse fácilmente. En segundo lugar, hace énfasis en la búsqueda activa de soluciones a los impedimentos; tanto con apoyo externo como con investigación autodidacta. Por último, hace énfasis en la importancia de la disposición como factor decisivo al momento de tomar acción ya que, aunque todo lo anterior sea satisfactorio, de no tener esa disposición o valentía para afrontar las consecuencias de "reenfocar" la vida profesional, no se logrará cambio significativo.
Biblio grafía	Baida, A. (2017, 11 abril). <i>Cómo volver a empezar si te has equivocado de carrera profesional (o ya no quieres seguir más)</i> . Coach de la Profesional. https://coachdelaprofesional.com/volver-empezar-te-equivocado-carrera-profesional-ya-no-quieres-seguir-mas/
Nota	Ofrecer un enfoque humanístico sobre un proceso de autoentendimiento para aquellos estudiantes que lean la investigación.

Ficha 11. (Tabla 14)

Título	Where Is My Mind? The Devaluation of Creativity
Autor(es)	Saul Colt

Concepto	Desvalorización de la creatividad y su impacto en la percepción social y profesional del trabajo creativo.
Teoría y cita	Colt (2024) señala que “la creatividad está siendo devaluada” e insinúa que esto se ha convertido en “una crisis”. Explica que muchas empresas han comenzado a reemplazar el talento creativo con herramientas de inteligencia artificial “sin inspiración ni prueba de lo real”, lo que transmite la idea de que el trabajo creativo puede ser fácilmente sustituido. Además, menciona que incluso los propios creativos a veces contribuyen a esa desvalorización al poner precios bajos a su trabajo o tratarlo como algo común, perdiendo así su valor auténtico.
Bibliografía	Colt, S. (2024, 27 de diciembre). <i>Where Is My Mind? The Devaluation of Creativity</i> . LinkedIn. Recuperado de https://www.linkedin.com/pulse/where-my-mind-devaluation-creativity-saul-colt-686sc
Nota	Esta fuente ayuda a comprender cómo la creatividad se ha ido subestimando tanto por parte del mercado como de los propios profesionales, mostrando que la falta de valoración externa e interna puede sustentar el sentimiento de inferioridad en quienes estudian o trabajan en áreas creativas.

Ficha 12. (Tabla 15)

Título	Educación en artes
Autor(es)	Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura (INBAL), coordinación de Alfredo Gurza González, en colaboración con la Escuela Nacional de Pintura, Escultura y Grabado “La Esmeralda”.
Concepto	Importancia de la educación artística en la formación cultural, creativa y crítica de las personas.
Teoría y cita	El texto resalta que la formación artística tiene un papel esencial en la construcción de una cultura incluyente y crítica, capaz de movilizar la imaginación y la sensibilidad para transformar la realidad. Gurza González (2024) expresa que “solo así podemos avanzar en nuestra inaplazable humanización”, aludiendo a la importancia de cuestionar los paradigmas que marginan el arte dentro de los modelos educativos tradicionales.
Bibliografía	Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura (INBAL), coordinación de Alfredo Gurza González, en colaboración con la Escuela Nacional de Pintura, Escultura y Grabado “La Esmeralda”. <i>Educación en artes</i> . http://www.discursovisual.net/dvweb53/pdf/00-DV53-Educacion en artes-completa.pdf

Nota	Esta fuente es importante pues respalda la investigación al mostrar cómo la educación artística no solo desarrolla habilidades creativas, sino que fortalece la identidad y el pensamiento crítico. Además, permite comparar esta visión al prejuicio social que sobrevalora las carreras creativas, mostrando que el arte también construye humanidad, comunidad y sentido cultural.
-------------	---

Ficha 13. (Tabla 16)

Título	¿Si estudias artes, te mueres de hambre? Reflexiones desde la opinión de los profesores de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México (BUAP)
Autor(es)	Jaesy Alhelí Corona Zapata y Mara Edna Serrano Acuña
Concepto	El artículo aborda las problemáticas y retos que enfrentan las artes en la educación superior en México, desde la perspectiva de las profesoras de la Facultad de Artes de la BUAP. Se centra en la desvalorización social de las artes y la percepción errónea de las profesiones artísticas.
Teoría y cita	El estudio se basa en un análisis cualitativo de las reflexiones de los docentes, identificando dos grandes problemáticas: la visualización social desestimada de las artes y la equivocada ponderación de las profesiones en la actualidad. “La enseñanza de las artes ofrece experiencias estéticas, discursos históricos y culturales, desarrollo de capacidades, habilidades y valores que permiten desarrollar y fortalecer la capacidad de sentir y expresar, no obstante, parecería que estos elementos han dejado poco a poco de ser primordiales para la sociedad.” (Corona, et al. 2020)
Bibliografía	Corona Zapata, J. A., & Serrano Acuña, M. E. (2020). <i>¿Si estudias artes, te mueres de hambre? Reflexiones desde la opinión de los profesores de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México</i> (BUAP). file:///C:/Users/sarah/Downloads/lbarandiaran,+4-Corona-Zapata.pdf
Nota	Nos ayuda a nuestra investigación porque el estudio destaca la importancia de la profesionalización y el compromiso artístico para la reivindicación de las artes en México.

Ficha 14. (Tabla 17)

Título	Factores Sociales y Familiares en la Elección
---------------	---

	Vocacional y Profesional
Autor(es)	Ariadna Lizbeth Valle García
Concepto	En el blog se explica que el entorno familiar, específicamente los padres de familia, influyen en la elección vocacional de los jóvenes. De la mano, resalta la importancia de una orientación con bases psicológicas para fomentar decisiones informadas y motivadas.
Teoría y cita	Se aborda cómo el entorno familiar ejerce una influencia decisiva en el momento de elección de carrera de los menores. Desde enfoques socio cognitivos y psicológicos, se hace énfasis que el apoyo y la comunicación familiar, ayudan a fortalecer la autoconfianza y la toma de decisiones vocacionales informadas. Según el texto, "estos enfoques psicológicos no sólo enfatizan la motivación interna y externa como impulsores clave del comportamiento humano" (Valle, 2024). Esto ayuda igualmente a comprender cómo dichas motivaciones ayudan a orientar las metas profesionales de los propios estudiantes.
Bibliografía	Valle García, A. L. (2024, 19 septiembre). <i>Factores Sociales y Familiares en la Elección Vocacional y Profesional</i> . Blog Universidad Anáhuac Puebla. https://puebla.anahuac.mx/posgrados/blog/doctorado/factores-sociales-y-familiares-en-la-elecci%C3%B3n-vocacional-y-profesional
Nota	Ayuda a comprender elementos causales de la toma de decisión vocacional, como también el impacto de una influencia positiva en dicho proceso.

Ficha 15. (Tabla 18)

Título	Estudiar una carrera artística no es sinónimo de un bajo índice de empleabilidad.
Autor(es)	Alicante Plaza.
Concepto	Encuesta que muestra la cantidad de estudiantes de la Escuela Universitaria de Artes TAI, logró conseguir un empleo y cuál es su nivel de satisfacción.
Teoría y cita	Entre el 4 de abril y el 31 de mayo de 2016 se tomó una muestra inicial de 2.916 alumnos que habían finalizado sus estudios en TAI, matriculados desde el curso académico 2000-2001. De este grupo, se realizó una encuesta a 734 personas, de los que 612 respondieron a cuestiones como si habían

	encontrado un empleo, en qué, su índice de satisfacción y qué les habían aportado sus estudios en Arte "Estudiar una carrera artística no es sinónimo de un bajo índice de empleabilidad, sino más bien al contrario, obteniendo unos resultados significativos con un 84,20% frente a un 15,80% que no trabajan en la actualidad".
Bibliografía	Plaza, A. (2016, 18 octubre). <i>Estudiar una carrera artística no es sinónimo de un bajo índice de empleabilidad</i> . Alicante Plaza. https://alicanteplaza.es/alicanteplaza/Estudiarunacarreraartisticanoessinnimodeunbajondicedeempleabilidad
Nota	Ayudar a contrarrestar la percepción de la opinión pública y argumentar positivamente en pro de las carreras artísticas.

Ficha 16. (Tabla 19)

Título	Influence of Social Exclusion on the Inferiority Feeling of Community Youth through Rumination
Autor(es)	H. Shen, Mu Li y Li Li
Concepto	Cómo la exclusión social influye en el sentimiento de inferioridad, y el papel de la rumiación como mediador.
Teoría y cita	Shen, Li y Li (2022) demostraron que "la exclusión social predice significativamente un aumento en los sentimientos de inferioridad, y este efecto se intensifica cuando los jóvenes tienden a rumiar sobre la experiencia". El estudio explica que la rumiación actúa como un puente psicológico, en el que, cuando alguien se siente rechazado o desvalorizado socialmente, esa reflexión constante intensifica la sensación de no ser suficiente.
Bibliografía	Shen, H., Li, M., & Li, L. (2022). <i>Influence of social exclusion on the inferiority feeling of community youth through rumination</i> . Frontiers in Psychiatry, 13. https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9529722/
Nota	Esta fuente ayuda a la investigación pues explica, desde evidencia científica, cómo el rechazo y la desvalorización social generan sentimientos de inferioridad, lo que respalda que el juicio social sí impacta emocionalmente.

El exceso de entretenimiento digital en la niñez y su impacto

Gómez López María Andrea maria00563606@anahuac.mx

Roman Adame Paulina

proman@anahuac.mx

Cholula Romero Danae

danae_cholula@anahuac.mx

Gonzalez Rosas Sigifredo

sigifredo_rosas@anahuac.mx

Resumen

El análisis partió del antecedente de que la tecnología se convirtió en un elemento central del entretenimiento juvenil, lo que generó un uso excesivo en la vida cotidiana (*García, 2021*). La problemática se centró en los efectos negativos de esta sobreexposición, reflejados en alteraciones del sueño, reducción de la actividad física y debilitamiento de la convivencia familiar (*Pérez & López, 2020*). El objetivo consistió en examinar el impacto del entretenimiento digital compulsivo en el bienestar de niños y adolescentes. La metodología se planteó desde una revisión documental que integró estudios recientes sobre comportamiento digital y salud emocional (*Martínez, 2022*). Los resultados esperados indicaron que el exceso tecnológico afectó la atención, las habilidades sociales y el rendimiento académico, además de requerir estrategias educativas y familiares para equilibrar su uso. Se concluyó que la investigación permitió fundamentar políticas públicas y programas preventivos orientados a fomentar prácticas digitales responsables en la población joven (*Ramírez, 2023*).

Palabras clave: bienestar digital, hábitos tecnológicos, salud emocional, juventud, alfabetización digital.

Abstract

The analysis was initiated based on the premise that technology has become a central element of youth entertainment, leading to its excessive use in daily life (*García, 2021*). The core problem focused on the negative effects of this overexposure, reflected in sleep disturbances, a reduction in physical activity, and the weakening of family coexistence (*Pérez & López, 2020*). The objective was to examine the impact of compulsive digital entertainment on the overall well-being of children and adolescents. The methodology was based on a documentary review that integrated recent studies on digital behavior and emotional health (*Martínez, 2022*). The expected results indicated that technological excess affected attention, social skills, and academic performance, in addition to highlighting the need for educational and family strategies to balance its use. It was concluded that the research provided a foundational basis for public policies and preventive programs aimed at promoting responsible digital practices within the young population (*Ramírez, 2023*).

Keywords: digital well-being, technology habits, emotional health, youth, digital literacy.

Introducción

Durante las últimas dos décadas, el avance acelerado de las tecnologías digitales transformó la manera en que niños y adolescentes se relacionan con el mundo. Las pantallas dejaron de ser herramientas complementarias para convertirse en parte central de la vida cotidiana, especialmente en el ámbito del entretenimiento. Videojuegos en línea, redes sociales, plataformas de streaming y aplicaciones interactivas ofrecieron experiencias inmediatas, envolventes y accesibles, lo que rediseñó los hábitos de ocio de las generaciones más jóvenes. Aunque estos recursos ampliaron las posibilidades educativas, recreativas y comunicativas, también introdujeron un fenómeno que comenzó a generar preocupación entre especialistas en salud, educación y psicología: el uso excesivo del entretenimiento digital.

Este contexto dio origen a una problemática que trascendió el simple gusto por la tecnología. Diversas investigaciones señalaron que el consumo prolongado de pantallas produjo efectos significativos en el bienestar físico, emocional y social de los menores. Entre las consecuencias más visibles se encuentran la disminución de actividad física, alteraciones del sueño, dificultades de concentración, irritabilidad, reducción de la convivencia familiar y, en algunos casos, bajo rendimiento escolar. La situación no surgió por la existencia de la tecnología en sí, sino por la falta de equilibrio en su uso, así como por la ausencia de acompañamiento y alfabetización digital adecuada en hogares y escuelas.

La relevancia de estudiar esta problemática aumentó conforme se observó que los jóvenes atravesaban una etapa de desarrollo en la que se definieron hábitos, habilidades sociales y capacidades cognitivas fundamentales para su vida adulta. La sobreexposición digital, especialmente cuando se utilizó con fines recreativos sin regulación, influyó en la

construcción de su identidad, en sus vínculos afectivos y en su percepción del tiempo y el autocontrol. Este escenario planteó la necesidad de comprender con profundidad cómo el entretenimiento digital compulsivo afecta su calidad de vida y qué estrategias podrían implementarse para promover prácticas tecnológicas saludables.

En este marco, la investigación se propuso analizar el impacto del uso excesivo de entretenimiento digital en niños y adolescentes, identificando sus consecuencias psicosociales y las condiciones que favorecieron la repetición de estos patrones. Asimismo, se planteó como objetivo examinar la manera en que familias y centros educativos podían intervenir para fomentar un equilibrio adecuado entre el mundo digital y las actividades esenciales para el desarrollo integral, como la convivencia social, el ejercicio físico y el descanso.

El contexto social también desempeñó un papel fundamental. Las dinámicas laborales de los adultos, la expansión del acceso a dispositivos móviles, la disponibilidad de Internet en los espacios cotidianos y la creciente dependencia hacia plataformas digitales crearon un entorno que normaliza el uso constante de pantallas. Esta normalización dificulta distinguir entre prácticas tecnológicas funcionales y conductas problemáticas, especialmente cuando el entretenimiento fue utilizado como principal estrategia de regulación emocional o como reemplazo de interacciones humanas.

Asimismo, la industria tecnológica contribuyó al incremento del tiempo de uso mediante diseños basados en reforzadores constantes, retroalimentación inmediata y algoritmos que promovieron la permanencia prolongada en aplicaciones y videojuegos. Estos elementos hicieron más compleja la tarea de los cuidadores, quienes a menudo desconocieron los mecanismos psicológicos que influyen en el consumo digital compulsivo.

En suma, la presente investigación se desarrolló en un contexto donde la tecnología coexistió con las actividades esenciales de la vida diaria, pero en ocasiones las desplazó. Comprender este fenómeno resultó necesario para identificar riesgos, construir soluciones y orientar a las nuevas generaciones hacia un uso más consciente, equilibrado y beneficioso de las herramientas digitales. A través de este estudio, se buscó no solo describir el problema, sino también sentar bases para intervenciones educativas, familiares y comunitarias que permitieran un desarrollo más saludable en una época caracterizada por la hiperconectividad.

Justificación

La sociedad contemporánea ha experimentado una metamorfosis acelerada, impulsada por la penetración ubicua de la tecnología en cada faceta de la vida cotidiana. Este fenómeno ha redefinido, de manera particularmente intensa, el panorama del ocio y el esparcimiento juvenil. El análisis que fundamenta esta investigación parte del antecedente ineludible de que la tecnología, a través de dispositivos móviles, plataformas de streaming y videojuegos, se ha consolidado como un elemento central e insustituible del entretenimiento juvenil, configurando un ecosistema digital que propicia y normaliza un uso excesivo en la vida cotidiana (García, 2021). Esta centralidad no es neutral; ha desplazado formas tradicionales de interacción y actividad, creando nuevas dinámicas de comportamiento que requieren una evaluación crítica y exhaustiva.

El impacto de esta transformación se ha manifestado con una preocupación creciente en diversos frentes disciplinarios: desde la psicología clínica y la pedagogía, hasta la sociología de la familia. La problemática central de esta investigación se articuló específicamente alrededor de los efectos negativos de esta sobreexposición tecnológica. Estos efectos no son meramente anecdóticos, sino que se reflejan en alteraciones medibles y significativas en el

bienestar integral de los jóvenes. Entre las consecuencias más documentadas y apremiantes se encuentran las alteraciones del sueño, dado que la luz azul de las pantallas interfiere con la producción de melatonina, afectando los ciclos circadianos y comprometiendo el descanso reparador esencial para el desarrollo cognitivo. De manera paralela, la naturaleza sedentaria del entretenimiento digital ha conllevado una notoria reducción de la actividad física en detrimento de la salud metabólica y musculoesquelética. Finalmente, en el ámbito social, se observa un tangible debilitamiento de la convivencia familiar, con interacciones mediadas o sustituidas por la presencia constante de pantallas, lo que erosiona los espacios de diálogo y conexión profunda (Pérez & López, 2020).

Profundización en las Consecuencias Bio-Psico-Sociales del Entretenimiento Digital Compulsivo

La justificación de esta investigación radica en la urgencia de desglosar y cuantificar las implicaciones reales de esta problemática. No se trata únicamente de un "uso" elevado de tecnología, sino de un patrón de entretenimiento digital compulsivo que, por sus características adictivas y por el diseño mismo de las plataformas (orientado a maximizar el tiempo de permanencia), se convierte en un factor de riesgo psicosocial. La justificación de examinar el impacto en el bienestar de niños y adolescentes trasciende lo puramente académico para incidir directamente en la calidad de vida de las futuras generaciones.

El bienestar, entendido aquí en sus dimensiones física, mental y social, es el principal capital en riesgo. La desregulación del sueño y la inactividad física establecen las bases para problemas de salud crónicos a futuro, como la obesidad y la ansiedad. A nivel psicológico, la sobreexposición y la comparación social inherente a las redes digitales pueden exacerbar los síntomas de depresión, la baja autoestima y el aislamiento social, conformando un panorama complejo que los sistemas de apoyo educativo y

sanitario aún están intentando comprender y abordar eficazmente. La investigación se justifica, por ende, como un esfuerzo sistemático por proveer evidencia empírica que cuantifique la magnitud de este riesgo.

Relevancia Metodológica y Pertinencia de los Objetivos

El objetivo central de este estudio, que consistió en examinar el impacto del entretenimiento digital compulsivo en el bienestar de niños y adolescentes, es pertinente porque busca establecer correlaciones claras entre la intensidad del uso y la afectación específica en diversas esferas del desarrollo. Mientras que muchos estudios abordan el fenómeno de forma fragmentada, esta investigación se justifica por su enfoque integral en el concepto de "bienestar", reconociendo la interconexión entre las esferas físicas, cognitivas y sociales.

En cuanto a la metodología, la elección de una revisión documental que integró estudios recientes sobre comportamiento digital y salud emocional (Martínez, 2022), no es casual. Se justifica plenamente debido a la naturaleza evolutiva y acelerada de la tecnología. Las investigaciones sobre el tema envejecen rápidamente. Por lo tanto, una revisión sistemática es la herramienta más poderosa para sintetizar el conocimiento más actualizado, identificar las tendencias emergentes en el campo de estudio y establecer un marco teórico robusto que sirva de base para futuras intervenciones prácticas. Esta aproximación garantiza que las conclusiones no se basen en evidencia obsoleta, sino en la vanguardia de la investigación neuropsicológica y sociológica sobre el uso de pantallas.

El Valor Predictivo y la Proyección de Impacto en Políticas Públicas

Los resultados esperados de esta investigación poseen un valor predictivo y una significancia práctica inmediata que justifican su realización. Al indicar que el exceso tecnológico afecta negativamente la atención, las habilidades

sociales y el rendimiento académico, se proporciona a padres y educadores una hoja de ruta sobre las áreas específicas que requieren intervención. La justificación aquí es pedagógica: el conocimiento sobre el cómo y el cuánto del uso digital deteriora la capacidad de concentración en el aula y la interacción presencial es fundamental para el diseño curricular y las estrategias de enseñanza.

Además, al señalar la necesidad de requerir estrategias educativas y familiares para equilibrar su uso, la investigación no solo identifica el problema, sino que prefigura la solución, sirviendo como catalizador para el desarrollo de programas de alfabetización digital y talleres de crianza en la era digital.

Finalmente, la conclusión de que la investigación permitirá fundamentar políticas públicas y programas preventivos orientados a fomentar prácticas digitales responsables en la población joven (Ramírez, 2023) es la justificación de mayor peso social. En un entorno donde la regulación del espacio digital es incipiente, esta investigación provee la evidencia necesaria para que las autoridades tomen decisiones informadas: desde el establecimiento de guías sobre tiempo de pantalla en instituciones educativas, hasta la creación de campañas de salud pública que promuevan la desconexión periódica. En última instancia, la justificación de este análisis es la de contribuir a la construcción de una sociedad donde la tecnología sea una herramienta de progreso y no un obstáculo para el desarrollo pleno y el bienestar de los niños y adolescentes.

Marco Teórico

Fichas de Trabajo

Las fichas de trabajo se encuentran en el anexo.

1. Evolución del entretenimiento digital en la infancia y adolescencia

El entretenimiento digital se consolidó como un elemento central en la vida de niños y adolescentes durante el siglo XXI. La expansión del acceso a dispositivos electrónicos y la masificación de Internet modificaron la manera en que las nuevas generaciones emplearon su tiempo libre, promoviendo la participación constante en videojuegos, redes sociales, plataformas de streaming y aplicaciones móviles (Livingstone, 2019). Este fenómeno transformó la relación de los menores con el ocio, la educación y la interacción social, generando nuevas dinámicas culturales que deben considerarse al analizar el desarrollo infantil y adolescente.

Diversos estudios documentaron un aumento significativo en el tiempo que los jóvenes dedican al entretenimiento digital. Rideout, Robb y Foehr (2022) reportaron que para 2020, adolescentes entre 12 y 18 años pasaban más de siete horas diarias frente a pantallas para fines recreativos, excluyendo actividades escolares. Este incremento se replicó en América Latina, especialmente en contextos urbanos con acceso elevado a smartphones y conectividad constante.

Los videojuegos y plataformas digitales evolucionaron hacia sistemas interactivos que incorporan elementos de colaboración, competencia y recompensa inmediata, promoviendo una interacción sostenida y frecuente (Granic, Lobel & Engels, 2014). Este cambio generó un entorno donde la vida online y offline se entrelaza, provocando preocupaciones respecto a la autorregulación, la atención sostenida y la construcción de hábitos saludables (Livingstone & Helsper, 2010).

2. Definición y conceptualización del entretenimiento digital

El entretenimiento digital comprende actividades recreativas mediadas por tecnología que incluyen la interacción con contenido audiovisual, lúdico o social (Selwyn, 2016). Este concepto abarca videojuegos, redes sociales, streaming y aplicaciones móviles, caracterizados por su interactividad, accesibilidad y capacidad de personalización.

Características estructurales del entretenimiento digital:

Griffiths (2019) identificó las siguientes características principales:

- Interactividad: participación activa del usuario en la experiencia.
- Retroalimentación inmediata: recompensas constantes que refuerzan la conducta.
- Accesibilidad continua: disponibilidad del contenido en cualquier momento.
- Portabilidad: consumo posible en cualquier lugar gracias a dispositivos móviles.
- Personalización algorítmica: recomendaciones adaptadas al perfil del usuario.

Estas propiedades aumentaron el atractivo del entretenimiento digital y contribuyeron al uso prolongado, especialmente entre niños y adolescentes con menor madurez cognitiva y emocional.

Gamificación y refuerzo conductual

El diseño de plataformas digitales incorpora principios de gamificación, basados en el refuerzo variable descrito por Skinner (1953), lo que aumenta la probabilidad de repetición de conductas. Notificaciones, logros, recompensas y métricas visibles generan estímulos que mantienen la atención y prolongan el tiempo de uso (Kuss & Griffiths, 2017). En el caso de niños y adolescentes, estos mecanismos favorecen el uso intensivo, con potenciales implicaciones para

la atención, concentración y regulación emocional.

3. Bases teóricas del desarrollo infantil y adolescente

El estudio del entretenimiento digital y sus efectos sobre la juventud requiere un análisis profundo del desarrollo humano durante la infancia y adolescencia. Piaget (1972) señaló que el desarrollo cognitivo ocurre en etapas, donde los individuos adquieren progresivamente habilidades de razonamiento, atención, memoria y resolución de problemas. Durante la niñez y adolescencia, estas capacidades aún se encuentran en consolidación, lo que hace a los jóvenes especialmente sensibles a estímulos constantes como los generados por las plataformas digitales.

Desarrollo cognitivo y multitarea digital

Rosen et al. (2014) evidenciaron que la exposición frecuente a dispositivos electrónicos favorece patrones de atención fragmentada y multitarea constante. La interacción simultánea con múltiples estímulos disminuyó la capacidad de concentración sostenida y afectó procesos de aprendizaje que requieren planificación y memoria de trabajo (Uncapher & Wagner, 2018).

Desarrollo emocional y autorregulación

Erikson (1968) indicó que la adolescencia es una etapa clave para la formación de identidad. En este periodo, la interacción con redes sociales y entornos digitales generó nuevas formas de validación y construcción de autoestima. Twenge (2019) identificó que el uso elevado de redes sociales se asoció con síntomas de ansiedad, tristeza y baja satisfacción personal. Coyne et al. (2020) señalaron que el entretenimiento digital excesivo funcionó como estrategia de regulación emocional, sustituyendo interacciones interpersonales y actividades físicas que favorecen un desarrollo saludable.

Desarrollo social y habilidades interpersonales

Vygotsky (1978) destacó que el aprendizaje ocurre principalmente a través de la interacción social. La exposición prolongada a

medios digitales desplazó actividades cara a cara, afectando habilidades como empatía, escucha activa y resolución de conflictos. Turkle (2015) argumentó que la comunicación mediada por pantallas promovía relaciones superficiales, limitando la capacidad de mantener conversaciones significativas y afectivas.

4. Uso excesivo del entretenimiento digital

El uso excesivo del entretenimiento digital se definió como la dedicación prolongada y recurrente a plataformas digitales recreativas, con impactos negativos en la salud física, cognitiva y social (Griffiths, 2019). Este fenómeno se observó especialmente en adolescentes, quienes combinan redes sociales, videojuegos y streaming durante varias horas al día, aumentando riesgos de sedentarismo, insomnio y aislamiento social (Common Sense Media, 2020).

Factores individuales y contextuales

Los factores que influyeron en el uso excesivo incluyeron:

- Motivaciones emocionales: búsqueda de diversión, escape o validación social.
- Disponibilidad tecnológica: acceso continuo a dispositivos móviles y conectividad permanente.
- Influencia familiar y escolar: supervisión limitada, normas poco claras y modelos de uso digital.
- Diseño de plataformas: gamificación, recompensas variables y contenido personalizado que incentiva la permanencia.

Consecuencias observadas

Los estudios mostraron que los efectos del uso excesivo incluyeron disminución de rendimiento académico, alteraciones en el sueño, sedentarismo, dificultades de interacción social y alteraciones emocionales como ansiedad o irritabilidad (Anderson, 2020; Twenge, 2019).

5. Impactos físicos del uso excesivo del entretenimiento digital

El consumo prolongado de medios digitales se relaciona con efectos físicos significativos en la infancia y adolescencia. La investigación mostró que el sedentarismo derivado del tiempo frente a pantallas contribuyó a problemas de sobrepeso y disminución de la condición cardiovascular (Tremblay et al., 2011). Además, se identificaron alteraciones musculoesqueléticas por posturas prolongadas y fatiga visual, incluyendo síntomas de síndrome de visión de computadora (Sheppard & Wolffsohn, 2018).

Los patrones de sueño también se vieron afectados. La exposición a luz azul emitida por dispositivos electrónicos antes de dormir retrasó la producción de melatonina, alterando los ritmos circadianos y provocando insomnio y somnolencia diurna (Higuchi et al., 2005). Estas alteraciones repercuten indirectamente en la concentración, el aprendizaje y la regulación emocional, incrementando la vulnerabilidad a dificultades cognitivas y afectivas.

6. Impactos cognitivos y emocionales

El uso intensivo de videojuegos y redes sociales se asoció con disminución de atención sostenida, memoria de trabajo y capacidad de planificación (Uncapher & Wagner, 2018). Rosen et al. (2014) señalaron que la multitarea digital generó un patrón de distracción constante, limitando la profundidad del aprendizaje y la resolución de problemas complejos.

A nivel emocional, Twenge (2019) y Coyne et al. (2020) documentaron un aumento de ansiedad, irritabilidad y baja autoestima en adolescentes con uso elevado de redes sociales. La dependencia de validación externa mediante “likes” o visualizaciones generó un ciclo de retroalimentación emocional que afectó la estabilidad afectiva y la percepción del propio valor.

7. Impactos sociales y familiares

El uso excesivo de medios digitales desplazó las interacciones familiares y sociales. Turkle (2015) indicó que la comunicación mediada por pantallas promovió relaciones superficiales y disminuyó la capacidad de mantener conversaciones significativas. Además, se observaron conflictos familiares relacionados con límites y tiempo frente a la pantalla (Livingstone & Helsper, 2010).

En el ámbito escolar, el tiempo de entretenimiento digital compitió con actividades académicas, provocando disminución de rendimiento y problemas de concentración en clase (Anderson, 2020). Las habilidades socioemocionales como empatía, resolución de conflictos y colaboración se vieron afectadas por la limitada interacción presencial.

8. Factores familiares, escolares y comunitarios

El entorno influyó de manera significativa en la relación de los adolescentes con la tecnología. La supervisión parental, las normas de uso y el modelaje de hábitos digitales fueron determinantes para el equilibrio entre entretenimiento y responsabilidades (Livingstone & Helsper, 2010). Por otro lado, las escuelas desempeñaron un papel relevante al ofrecer estrategias de alfabetización digital y promover actividades extracurriculares que contrarrestaron la sobreexposición.

Factores comunitarios, como acceso a espacios recreativos, programas deportivos y participación en proyectos culturales, también contribuyeron a regular el tiempo frente a pantallas y fomentar hábitos saludables. La combinación de estos factores creó un contexto en el que los adolescentes pudieron desarrollar autonomía y autocontrol respecto al consumo digital, mitigando riesgos asociados al uso excesivo.

9. Producción audiovisual en entornos universitarios

La producción audiovisual en contextos universitarios se consolidó como una herramienta educativa que integró teoría, práctica y creatividad. Cabero (2013) indicó que los medios digitales ofrecieron la posibilidad de aprender mediante la experimentación y la construcción de mensajes, permitiendo a los estudiantes participar activamente en el proceso comunicativo. En este marco, proyectos como el DEE Video Fest proporcionaron un espacio para aplicar conocimientos de comunicación, narrativa y tecnología en la creación de documentales breves.

Los estudiantes participaron en todas las etapas de producción: guión, grabación, edición, musicalización y difusión. Esta experiencia permitió desarrollar competencias técnicas y estratégicas, incluyendo planificación de contenidos, manejo de software de edición y selección de recursos visuales y sonoros. Además, la producción grupal fomentó habilidades socioemocionales, como liderazgo, comunicación efectiva y resolución de conflictos (Johnson & Johnson, 1999).

10. Narrativa audiovisual y documental breve

El documental breve se consolidó como un formato adecuado para proyectos universitarios debido a su capacidad de sintetizar información y transmitir mensajes claros en tiempos reducidos. Bordwell y Thompson (2013) señalaron que la narrativa audiovisual combina elementos visuales, sonoros y textuales para generar significado, guiando la percepción del espectador.

Renov (2004) destacó que los documentales cumplen funciones expresivas, analíticas y persuasivas. En el contexto universitario, los estudiantes aplicaron técnicas de montaje, ritmo narrativo, entrevistas y testimonios para crear piezas coherentes que reflejaran tanto la investigación como la creatividad individual y grupal.

11. Competencias digitales y colaboración

La producción audiovisual desarrolló competencias digitales transversales. Ferrari (2013) clasificó estas competencias en tres dimensiones: técnicas (uso de cámaras, software y edición), comunicativas (estructuración de mensajes y análisis de audiencia) y reflexivas (evaluación ética del contenido y toma de decisiones responsables).

El trabajo grupal fortaleció la colaboración, permitiendo a los estudiantes coordinar tareas, compartir conocimientos y resolver problemas creativos de manera conjunta. Csikszentmihalyi (1997) enfatizó que la creatividad surge cuando los individuos combinan experiencia, motivación y apertura al intercambio, condiciones que se cumplieron en estos proyectos.

12. Cultura juvenil y resignificación mediática

La Escuela de Birmingham (Hall & Jefferson, 1993) planteó que las subculturas juveniles resignifican productos culturales dominantes, transformándolos para expresar identidad y resistencia simbólica. Los estudiantes reinterpretaron elementos mainstream —como música, cine, videojuegos y moda— para integrarlos en sus documentales, convirtiéndolos en recursos creativos y significativos.

Jenkins (2006) destacó que la cultura participativa fomenta la colaboración y el intercambio de conocimientos. La creación de documentales permitió a los estudiantes formar comunidades de práctica, compartir técnicas y generar productos colectivos, reforzando la identidad grupal y el aprendizaje colaborativo.

13. Alfabetización mediática y educación digital

La alfabetización mediática se consolidó como un componente fundamental del aprendizaje en entornos digitales. Buckingham (2003) indicó que esta capacidad no solo implicó

el manejo técnico de herramientas, sino también la comprensión crítica de los mensajes, la evaluación de la fiabilidad de las fuentes y la reflexión sobre el impacto social de los contenidos.

En el contexto universitario, los proyectos de producción audiovisual brindaron oportunidades para aplicar la alfabetización mediática, ya que los estudiantes analizaron la estructura de mensajes, identificaron estereotipos y construyeron narrativas éticas. Este proceso promovió la capacidad de interpretar críticamente la información, seleccionar recursos confiables y generar contenido coherente y significativo (Selwyn, 2016).

14. Percepción y narrativa audiovisual

Arnheim (1957) señaló que la percepción en el audiovisual no reproduce la realidad de manera objetiva, sino que la organiza mediante principios de composición, contraste, ritmo y profundidad. La narrativa audiovisual combina imágenes, sonido y texto para construir significados y guiar la atención del espectador (Bordwell y Thompson, 2013).

En los documentales universitarios, cada decisión de encuadre, iluminación, montaje y musicalización influyó en cómo la audiencia interpretó el contenido. La construcción de sentido requirió que los estudiantes comprendieran que la narrativa audiovisual no es neutral, sino una herramienta persuasiva y expresiva que genera respuestas cognitivas y emocionales.

15. Construcción de significado y representación social

Moscovici (1984) explicó que las representaciones sociales permitieron a los grupos interpretar la realidad mediante categorías compartidas. En el marco del DEE Video Fest, los documentales actuaron como mediadores entre la percepción individual y la interpretación colectiva, representando temas relevantes para la

comunidad universitaria y generando reflexión crítica.

La selección de contenidos y la forma de presentarlos reflejaron los valores, intereses y perspectivas de los estudiantes, fortaleciendo la capacidad de comunicar ideas complejas de manera comprensible y ética. Esta práctica contribuyó al desarrollo de pensamiento crítico y a la comprensión de la importancia de la representación en la comunicación digital.

16. Producción digital y convergencia tecnológica

La convergencia digital transformó la producción, distribución y consumo de contenidos audiovisuales. Jenkins (2006) señaló que la convergencia no solo consistió en la unión de medios tradicionales y digitales, sino en la creación de nuevas formas de participación, colaboración y circulación de significados. En proyectos universitarios, la convergencia permitió combinar video, audio, animaciones y gráficos, facilitando la creación de documentales que integraron múltiples recursos en un solo producto.

La disponibilidad de dispositivos móviles, cámaras digitales y software de edición accesible democratizó la producción audiovisual, haciendo posible que los estudiantes sin experiencia profesional crearán contenidos significativos. La convergencia tecnológica promovió la innovación, permitió experimentar con nuevas formas narrativas y fortaleció competencias técnicas y creativas (Selwyn, 2016).

17. Difusión digital e interacción con la audiencia

Las plataformas digitales modificaron la relación entre creador y espectador. Scolari (2018) describió a los públicos digitales como “prosumer”, es decir, usuarios capaces de producir, consumir y transformar contenidos. La difusión de documentales en plataformas como YouTube o Instagram permitió que los

estudiantes observarán la recepción del público mediante comentarios, compartidos y reacciones.

La retroalimentación inmediata se convirtió en un indicador del impacto comunicativo y permitió ajustar estrategias narrativas. La interacción digital fomentó la construcción de comunidades de práctica y facilitó el aprendizaje colaborativo, promoviendo habilidades sociales y de comunicación esenciales para el ámbito profesional.

18. Retroalimentación, evaluación y aprendizaje reflexivo

La evaluación formativa desempeñó un papel central en la consolidación de aprendizajes significativos. Black y Wiliam (1998) señalaron que la retroalimentación permitió a los estudiantes identificar fortalezas y áreas de mejora, facilitando la reflexión sobre sus procesos creativos.

En la producción audiovisual, la retroalimentación incluyó aspectos técnicos, narrativos y éticos, promoviendo la toma de decisiones conscientes. Schön (1983) explicó que la reflexión sobre la acción posibilita aprender de la práctica y mejorar continuamente, fortaleciendo la autonomía y la capacidad crítica de los estudiantes.

19. Competencias socioemocionales y trabajo en equipo

La producción audiovisual en entornos universitarios no solo fortaleció competencias técnicas, sino también socioemocionales. Johnson y Johnson (1999) señalaron que el trabajo colaborativo desarrolló habilidades como comunicación efectiva, liderazgo, resolución de conflictos y manejo de responsabilidades compartidas. Estas competencias fueron fundamentales en proyectos grupales donde cada estudiante asumió roles específicos, incluyendo dirección, guión, cámara, edición y producción.

La colaboración permitió a los estudiantes aprender de sus pares, intercambiar perspectivas

y generar soluciones creativas ante problemas complejos. Csikszentmihalyi (1997) indicó que la creatividad se potenció cuando los individuos combinaron experiencia, motivación y apertura al intercambio, condiciones que se dieron en estos proyectos colaborativos.

20. Creatividad y resolución de problemas

El proceso de producción audiovisual implicó desafíos que exigieron pensamiento crítico y creativo. Los estudiantes enfrentaron decisiones relacionadas con narrativa, recursos visuales, ritmo, iluminación y sonido. Ferrari (2013) destacó que la creatividad se potencia cuando se combinan habilidades técnicas, conocimiento previo y motivación intrínseca, lo que permitió que los estudiantes desarrollaran soluciones innovadoras para transmitir mensajes claros y éticos.

Además, la resolución de problemas se integró al aprendizaje, ya que cada equipo debió organizar recursos, cumplir con plazos y adaptar su plan de trabajo ante imprevistos, fortaleciendo competencias transferibles a entornos académicos y profesionales.

21. Habilidades transferibles a entornos profesionales

La experiencia de producción audiovisual contribuyó al desarrollo de habilidades que los estudiantes aplicarán en su futura inserción laboral. Estas incluyen planificación de proyectos, gestión de tiempo, análisis crítico, comunicación estratégica, competencia digital y liderazgo (Anderson, 2020).

El aprendizaje práctico y experiencial generado en estos proyectos permitió a los estudiantes consolidar un conjunto de competencias integrales, preparándose para enfrentar entornos profesionales dinámicos y complejos, donde la creatividad, la colaboración y la comunicación efectiva son esenciales para el éxito.

22. Cultura juvenil y resignificación mediática

La producción audiovisual en entornos universitarios no solo implicó habilidades técnicas y socioemocionales, sino también un profundo contacto con la cultura juvenil y la resignificación mediática. La Escuela de Birmingham (Hall & Jefferson, 1993) explicó que las subculturas juveniles toman productos culturales dominantes —como música, cine, videojuegos o moda— y los reinterpretan para expresar identidad, resistencia simbólica y valores propios. Este proceso permitió a los estudiantes universitarios integrar elementos de la cultura popular en sus documentales, generando contenido que fue a la vez familiar, significativo y crítico.

Jenkins (2006) señaló que la convergencia cultural y mediática promovió una participación activa de los jóvenes, quienes dejaron de ser meros consumidores para convertirse en prosumidores: individuos capaces de producir, consumir y reinterpretar contenido. Los documentales producidos en el DEE Video Fest permitieron a los estudiantes asumir este rol, al seleccionar temas que reflejaron problemáticas sociales, intereses comunitarios o aspectos de su identidad grupal, y presentarlos mediante narrativas audiovisuales creativas.

23. Participación y expresión a través de medios digitales

La participación juvenil en la producción audiovisual digital se consolidó como un canal de expresión y aprendizaje crítico. Turkle (2015) afirmó que los entornos digitales ofrecen espacios donde los adolescentes experimentan con su identidad, reflexionan sobre su experiencia y construyen narrativas que dialogan con la realidad social. En el contexto universitario, la producción de documentales permitió que los estudiantes no solo comunicaran información, sino que transmitieran perspectivas personales, análisis críticos y posturas éticas.

Además, la participación activa fomenta habilidades de autogestión, planificación y responsabilidad, al implicar que los estudiantes asumieron control sobre su proceso creativo. La posibilidad de publicar y difundir contenido en plataformas digitales les proporcionó retroalimentación inmediata, lo que fortaleció la autocritica y la capacidad de ajustar su mensaje para lograr un mayor impacto en la audiencia (Scolari, 2018).

24. Influencia de subculturas y construcción de identidad

La influencia de subculturas juveniles en la producción audiovisual se manifestó en la elección de temáticas, estilos visuales, música y narrativas. Las subculturas ofrecieron códigos y símbolos compartidos que los estudiantes utilizaron para comunicar ideas de manera efectiva y conectar con su público objetivo. Hall (1997) señaló que estas prácticas culturales permiten a los jóvenes construir identidad colectiva y diferenciación frente a la cultura dominante.

El documental se convirtió en un vehículo para integrar estas referencias culturales, promoviendo la reflexión sobre normas sociales, valores compartidos y problemáticas de la comunidad. La resignificación mediática, entendida como el proceso mediante el cual los jóvenes reinterpretan los contenidos de la cultura popular, permitió a los estudiantes ejercer un pensamiento crítico, fortalecer su identidad y participar activamente en la construcción de significado (Buckingham, 2003).

25. Convergencia entre creatividad, cultura y aprendizaje

El trabajo en la producción audiovisual demostró que la convergencia entre creatividad, cultura juvenil y aprendizaje generó experiencias educativas significativas. Los estudiantes no solo adquirieron competencias técnicas y socioemocionales, sino que desarrollaron una comprensión profunda de la relación entre los medios, la sociedad y la identidad. La integración

de elementos culturales permitió construir narrativas auténticas que reflejaron su contexto social, reforzando habilidades de comunicación, análisis crítico y creatividad aplicada.

En síntesis, la cultura juvenil y la resignificación mediática funcionaron como un catalizador que conectó la teoría y la práctica, permitiendo que los estudiantes desarrollaran un aprendizaje integral, reflexivo y participativo, al mismo tiempo que fortalecieron su identidad personal y colectiva.

26. Difusión digital y alcance de los contenidos

La difusión digital transformó la manera en que los productos audiovisuales alcanzaron a su público. La expansión de plataformas como YouTube, Instagram y TikTok permitió que los estudiantes compartieran sus documentales más allá del aula, alcanzando a comunidades locales y globales. Jenkins (2006) destacó que la convergencia mediática facilitó la circulación de contenidos y promovió la participación activa de los espectadores, quienes no solo consumieron los materiales, sino que también interactuaron con ellos mediante comentarios, compartidos y reacciones.

Esta expansión del alcance tuvo implicaciones educativas y sociales significativas. Los estudiantes observaron cómo sus decisiones creativas y éticas afectaron la percepción de la audiencia, generando conciencia sobre la responsabilidad en la producción de contenido digital. La difusión digital también fomentó la visibilidad de problemáticas sociales y culturales, permitiendo que los mensajes de los documentales trascendieron los límites del aula y crearan espacios de diálogo y reflexión (Scolari, 2018).

27. Participación y retroalimentación de la audiencia

La interacción con el público se convirtió en un componente esencial del aprendizaje. La

retroalimentación proporcionada por comentarios y métricas de interacción permitió que los estudiantes evaluaran la efectividad de su mensaje y ajustarán estrategias narrativas en tiempo real (Black & Wiliam, 1998). Esta dinámica promueve el desarrollo de habilidades críticas, al incentivar la revisión constante de las decisiones tomadas durante la producción audiovisual.

La retroalimentación no solo se limitó a aspectos técnicos, sino también al contenido ético y social de los documentales. Los estudiantes aprendieron a interpretar opiniones diversas, a argumentar decisiones creativas y a reflexionar sobre cómo su trabajo impactó en la percepción de la audiencia (Turkle, 2015).

28. Evaluación del impacto educativo y social

La evaluación de los proyectos audiovisuales permitió analizar tanto el desarrollo de competencias de los estudiantes como el efecto de los contenidos en la audiencia. Cabero (2013) señaló que la evaluación formativa y sumativa ofreció indicadores claros sobre el nivel de comprensión, creatividad, colaboración y reflexión ética alcanzado.

Por otro lado, los documentales producidos se convirtieron en instrumentos de sensibilización social, promoviendo conciencia sobre temas relevantes de la comunidad y fortaleciendo la alfabetización mediática de los espectadores (Buckingham, 2003). Este doble impacto —educativo y social— evidenció que la producción audiovisual universitaria no solo favoreció el aprendizaje de los estudiantes, sino que también contribuyó al desarrollo cultural y crítico del entorno en el que se difundieron los contenidos.

29. Síntesis: de la producción a la participación activa

En conjunto, la difusión digital y la interacción con la audiencia consolidaron un ciclo de aprendizaje integral: los estudiantes produjeron contenidos, los compartieron,

recibieron retroalimentación y reflexionaron sobre su práctica. Esta dinámica fortaleció competencias técnicas, socioemocionales, culturales y éticas, evidenciando la eficacia de los proyectos audiovisuales como herramienta educativa.

La participación activa en entornos digitales permitió que los estudiantes comprendieran la importancia de generar contenido responsable, creativo y relevante, promoviendo la construcción de significado tanto para ellos como para su audiencia. De este modo, la producción audiovisual se consolidó como un puente entre teoría, práctica, cultura y aprendizaje significativo.

30. Síntesis de competencias y aprendizaje integral

El análisis de la producción audiovisual universitaria evidenció que los estudiantes desarrollaron un conjunto amplio de competencias técnicas, socio emocionales, cognitivas y culturales. Ferrari (2013) indicó que la integración de competencias digitales, creatividad, pensamiento crítico y resolución de problemas permitió a los jóvenes abordar proyectos complejos con autonomía y responsabilidad.

El trabajo colaborativo reforzó habilidades de comunicación, liderazgo y gestión de conflictos (Johnson & Johnson, 1999), mientras que la interacción con medios y público promovió la alfabetización mediática y la reflexión ética (Buckingham, 2003). De este modo, los estudiantes no solo adquirieron conocimientos técnicos, sino que también consolidaron competencias transferibles a entornos profesionales y sociales.

31. Relevancia de la cultura juvenil y la resignificación mediática

La cultura juvenil y la resignificación mediática jugaron un papel central en la construcción de identidad y en la generación de contenido significativo. Hall y Jefferson (1993)

demonstraron que las subculturas reinterpretan los productos culturales dominantes para expresar valores y perspectivas propias. Los estudiantes incorporaron esta resignificación en sus documentales, conectando con audiencias específicas y fortaleciendo su capacidad de comunicar ideas complejas de manera creativa y ética.

Además, la participación activa y la retroalimentación del público consolidaron la comprensión de la responsabilidad social del productor audiovisual y la importancia de generar contenido que promueva reflexión, debate y conciencia crítica (Scolari, 2018).

32. Contribución al aprendizaje significativo y al desarrollo juvenil

El Marco Teórico evidenció que la producción audiovisual universitaria integra teoría y práctica, favoreciendo un aprendizaje experiencial y reflexivo. Schön (1983) destacó que la reflexión sobre la acción potencia el aprendizaje, y en este contexto, los estudiantes desarrollan competencias cognitivas, socioemocionales y culturales, fortaleciendo su autonomía y capacidad crítica.

Asimismo, los proyectos audiovisuales contribuyeron al desarrollo de habilidades de alfabetización digital, conciencia ética y participación social. Esto subraya la relevancia de investigar y aplicar estrategias educativas que integren tecnología, cultura juvenil y creatividad, generando beneficios tanto para los estudiantes como para la comunidad en general.

33. Cierre y perspectivas futuras

En conclusión, la investigación sobre el uso del entretenimiento digital y la producción audiovisual universitaria permitió comprender cómo las herramientas tecnológicas, combinadas con la creatividad y la cultura juvenil, favorecen un aprendizaje integral. La resignificación mediática, la participación activa y la retroalimentación del público constituyeron elementos clave para desarrollar competencias

transferibles, fortalecer la identidad y promover la alfabetización mediática.

Estos hallazgos destacan la importancia de integrar proyectos prácticos, éticos y colaborativos en entornos educativos, fomentando un equilibrio entre el uso de tecnología y el desarrollo humano integral. La investigación futura debería explorar nuevas estrategias para optimizar la relación entre entretenimiento digital, aprendizaje significativo y bienestar juvenil, asegurando que las tecnologías sirvan como un medio de crecimiento y desarrollo consciente.

Método

Fichas de Trabajo

Las fichas de trabajo se encuentran en el anexo.

Nuestro estudio se adscribe enteramente al enfoque cualitativo, adoptando un diseño exploratorio-descriptivo que busca comprender en profundidad las experiencias, percepciones, y los significados subyacentes al fenómeno del exceso de entretenimiento digital y su impacto en el bienestar infantil. La muestra fue de naturaleza no probabilística e intencional (por conveniencia), seleccionada para incluir a familias y niños en entornos donde el consumo digital es visiblemente elevado, garantizando así la obtención de narrativas ricas en contexto y pertinentes al problema de estudio.

La recolección de datos se ejecutó mediante una triangulación de técnicas a lo largo de los meses de octubre y noviembre. El proceso inició con una fase de inmersión mediante la observación no participante y el análisis de contenido digital, examinando plataformas de alto impacto como TikTok y otras redes sociales. En esta etapa, se analizó el lenguaje, el uso de emojis, frases y hashtags para identificar los patrones y las expresiones culturales de la problemática. Esta observación se complementa con la observación directa en nuestros entornos cotidianos, y todos estos hallazgos preliminares fueron

rigurosamente consignados en las Bitácoras de Observación de octubre y noviembre, las cuales constituyen una evidencia central de la investigación.

La técnica principal de profundización fue la entrevista semi-estructurada en persona, utilizando una guía temática como instrumento, permitiendo explorar las percepciones detalladas sobre alteraciones del sueño, la reducción de actividad física y el debilitamiento de la convivencia familiar. Esta aproximación se expandió mediante la aplicación de entrevistas asincrónicas a través de formularios digitales en Forms, que se emplearon exclusivamente para recolectar preguntas abiertas y de desarrollo, logrando así ampliar la muestra sin sacrificar la riqueza descriptiva de la información.

Finalmente, el análisis de los datos se centró en el análisis temático o de contenido. Este proceso implicó la transcripción exhaustiva del material de las entrevistas y el vaciado de las observaciones de las bitácoras, para proceder a una codificación abierta y axial. El objetivo fue identificar los temas recurrentes, las categorías emergentes y los patrones de significado que explican el impacto del entretenimiento digital compulsivo desde la perspectiva de los participantes y el contexto observado.

Tabla 1. Bitácoras mes de octubre

D í a	Fecha	Tipo de Observación	Contexto y Descripción	Categoría de Análisis Inicial
1	01/10	Observación Directa (OD) - Parque	Padres entregaron teléfono a niño (4 años) apenas mostró aburrimiento.	Uso como Pacificador
2	02/10	Análisis Digital (AD) - YouTube Kids.	Patrón de videos muy rápidos (3-5 segundos por escena), diseñados para no perder la atención.	Sobre Estimulación Cognitiva.

3	03/10	Observación Directa (OD) - Sala de espera	Niño (7 años) se negó a interactuar con otro, enfocado en juego móvil.	Aislamiento Social Voluntario
4	04/10	AD - TikTok #ParentsFrustration	Comentarios de padres que usan el smartphone para que los niños se duerman.	Sustitución de Rutinas Parentales
5	05/10	Observación Directa (OD) - cafe	Dos niños cenaron juntos sin hablar; ambos usando auriculares.	Convivencia Mediada.
6	06/10	Entrevista Informal - Vecina.	Mi hija de 12 años se pone agresiva si le quitamos el celular justo cuando está hablando con sus amigos."	Negociación Agresiva.
7	07/10	AD - Foros de Gaming.	Discusiones sobre cómo esconder el dispositivo para seguir jugando después de la "hora límite".	Uso Clandestino.
8	08/10	Observación Directa (OD) - afuera de Paseo	Tres escolares (8-10 años) comparando récords de tiempo de uso en sus móviles.	Competencia Digital
9	09/10	AD - TikTok #Adicto A La Pantalla	Videos cortos que glorifican la falta de sueño por "viciar" (gaming).	Normalización del Trastorno del Sueño.
10	10/10	OD - Biblioteca.	Observación de adolescentes consumiendo videos en voz baja en zonas de estudio.	Desacato de Normas.
11	11/10	El - Tío/Tía (Familiar directo).	Mi sobrino no come si no le pongo algo en la tablet. Tardo 2 horas en una comida.	Dependencia Funcional (Alimentación).

12	12/10	AD - Emojis y Frases.	Emojis (aturdido) y (cama) asociados a hashtags de uso prolongado	Sobrecarga Sensorial.
13	13/10	OD - Gimnasio (Área Infantil).	Niño (6 años) se queja de aburrimiento y pide ver "algo" en lugar de usar los juguetes.	Pérdida de Interés por el Juego Libre.
14	14/10	AD - Cuentas de streamers populares.	Promoción de productos para "mejorar el setup" de juego con luces y sonido intenso.	Pérdida de Interés por el Juego Libre.
15	15/10	OD - Vía Pública zibata	niño casi es atropellado por caminar sin mirar la calle, absorto en su teléfono.	Riesgo Físico.
16	16/10	El - Vecino	"Tuvimos que poner clave al WiFi en las noches para que durmiera, si no, se queda hasta las 3 AM."	Intervención Familiar Estricta.
17	17/10	AD - TikTok #Vicio Sano.	Intentos fallidos de etiquetar el uso excesivo como una actividad "productiva".	Racionalización del exceso.
18	18/10	OD - Centro Comercial.	Grupo de 4 niños posando para una foto; la actividad terminó apenas se tomó la selfie y volvieron al teléfono.	Interacción con Fines de Registro.
19	19/10	AD - escuela	Quejas sobre la dificultad para que los hijos realicen ejercicio físico.	Sedentarismo Reforzado.
20	20/10	OD - Sala de Casa.	Observación de niño (9 años) cambiando de aplicación cada 30 segundos.	Baja Tolerancia al Aburrimiento.

21	21/10	El - Amiga	Su hijo lloró una hora al no poder llevar la tablet a la casa de la abuela.	Dependencia Emocional Extrema.
22	22/10	AD - Reseñas de App	Niños de 8-10 años dejando reseñas negativas si el juego tiene límites de tiempo.	Rechazo a los Límites.
23	23/10	OD - Clase en línea (Observación casual).	La mayoría de los niños tenía abierta otra pestaña o aplicación no relacionada.	Distracción Crónica.
24	24/10	El - Compañero de Clase.	"Mi hermanito solo se comunica con la familia por memes o stickers, casi no habla."	Reducción de Habilidades Verbales.
25	25/10	AD - Videos de Unboxing.	Niños pidiendo juguetes solo para desempacar los y grabarlo, no para jugar con ellos.	Consumo Mediado.
26	26/10	OD - Reunión Familiar.	Niños reunidos en un rincón, todos viendo la misma pantalla, ignorando la conversación de los adultos.	Creación de Burbujas Digitales.
27	27/10	AD - Comentarios de YouTube.	Citas sobre la "necesidad" de estar en línea.	Presión Social Digital
28	28/10	El - Colega de trabajo.	Su hija se quejó de dolores de cabeza constantes al final del día.	Problemas Físicos (Síntomas)
29	29/10	OD - Tienda de Videojuegos.	Niño (11 años) discute agresivamente con su padre por un juego clasificado	Conflicto por Contenido Inapropiado.

			para adultos.	
30	30/10	OD - pedida de Halloween.	El tiempo frente a la pantalla aumentó con la llegada de la noche.	Patrón de Uso Nocturno Confirmado.
31	31/10	OD - pedida de Halloween	Niño hace berrinche por no ver su celular al pedir dulces.	Patrón de Uso Nocturno Confirmado.

Tabla 2. Bitácoras mes de noviembre

Día	Fecha	Tipo de Observación	Contexto y descripción	Hechos Registrados
31	01/11	Entrevista Semi-Estr.	La madre reporta que el niño "no sabe qué hacer" si no tiene el tablet en sus manos.	Pérdida de la capacidad de ocio no mediado.
31	02/11	E. Informal (El) - Hermano.	Mi sobrino se levanta de madrugada y enciende el televisor para seguir viendo.	Desregulación de Ciclos de Sueño.
33	03/11	OD - Escuela	Niños más pequeños (5-6 años) simulando juegos de gaming en el patio.	Imitación de Comportamiento Digital.
34	04/11	E. Semi-Estr. (E-02)	Padre menciona: "La conversación en casa son solo monosílabos. No hay diálogo."	Deterioro de la Calidad Comunicativa.
35	05/11	Análisis Digital (AD) - YouTube.	Tutoriales para niños sobre cómo engañar los controles parentales.	Búsqueda de Evasión de Límites.
36	06/11	El - Amiga de la infancia.	Su prima (13 años) ha dejado de salir con amigos para	Sustitución de la Interacción

			quedarse jugando en línea.	Real.
37	07/11	E. Semi-Estr. (E-03)	Madre nota que el castigo más efectivo es quitar el cargador del móvil.	Valoración de la dependencia.
38	08/11	OD - Parque.	Niño (8 años) jugando solo con una rama, mientras sus amigos ven videos en un banco.	Evidencia de aislamiento.
39	09/11	AD - TikTok #MiVidaDigital.	Niños compartiendo rutinas donde el teléfono es lo primero y lo último que ven.	Integración Excesiva a la rutina diaria.
40	10/11	E. Semi-Estr. (E-04)	"El celular me relaja, lo necesito después de la escuela para olvidarme de todo."	Uso como Estrategia de Afrontamiento.
41	11/11	EI - Vendedora (Trabajo).	Dijo que venden muchos más auriculares y micas que juguetes tradicionales.	Indicador de Consumo del Mercado.
42	12/11	Semi-Estr. (E-05)	Madre reporta fatiga visual y quejas constantes de ojos secos en su hija.	Consecuencias Físicas Directas.
43	13/11	OD - Consultorio Médico.	4 de 5 niños en la sala de espera usan dispositivo; el 5to mira a sus padres.	Baja Tolerancia a la Espera.
44	14/11	AD - Foros de Twitch.	Niños reportando haber gastado dinero sin permiso en microtransacciones.	Riesgo
45	15/11	E. Semi-Estr. (E-06)	Niño (10 años): "Mi streamer favorito es como mi mejor amigo, me entiende."	Riesgo Financiero Asociado.
46	16/11	EI -	"Hemos notado que	Vínculo

67	17/11	Profesor	muchos niños llegan cansados y tienen bajo rendimiento en las primeras horas."	Afectivo con Figuras Digitales.
47	17/11	AD - Emojis y Frases.	Uso la frase "AFK" (Away From Keyboard) incluso en conversaciones presenciales.	Correlación Sueño-Rendimiento.
48	18/11	OD - Comida Familiar.	Niño come rápido y solo, para volver a su habitación y al dispositivo.	Migración de Lenguaje Digital a Físico.
49	19/11	Semi-Estr. (E-07)	Padre: "Lo único que funciona es prometerle más tiempo de pantalla si hace sus deberes."	Prioridad Digital sobre la Tradición Familiar.
50	20/11	EI - Tienda de Videojuegos.	El vendedor comenta que los niños ya no preguntan por juegos de mesa.	Cambio en la Cultura del Ocio.
51	21/11	AD - Plataforma de Tareas.	Observación de mensajes de alumnos pidiendo "cinco minutos más" antes de enviar tareas.	Negociación del tiempo.
52	22/11	E. Semi-Estr. (E-08)	Niño de 12 "Me siento ansioso si la batería baja del 20%."	Ansiedad por desconexión.
53	23/11	OD - Hogar.	Hermano mayor regaña a menor por no dejarlo usar la tablet, conflicto por el recurso.	Escasez y Conflicto por Dispositivo.
54	24/11	E. Semi-Estr. (E-09)	Abuela reporta que la niña no juega con sus muñecas antiguas, solo con juegos del móvil.	Desvalorización del Juego Tradicional.

Resultados

La obtención de los resultados en las tablas de interpretación no fue un simple vaciado de respuestas, sino un proceso riguroso de análisis temático propio de la investigación cualitativa.

El proceso se llevó a cabo de la siguiente manera:

1. Codificación Abierta y Citas Representativas: Una vez realizadas y transcritas las entrevistas semi-estructuradas personales y asincrónicas a través de Forms y recogidas las discusiones clave del focus group, se procedió a la lectura exhaustiva del material. Se identificaron las frases o citas textuales que mejor representaban una idea o sentimiento común. Por ejemplo, ante la pregunta sobre el exceso de entretenimiento, se agruparon citas como: "Es muy malo", "Les quita imaginación", "Genera ansiedad" y "Los padres ya no quieren lidiar con sus hijos".

2. Generación de Categorías Temáticas: Las citas agrupadas se condensaron en categorías temáticas que actuaron como el esqueleto conceptual de los resultados. Por ejemplo, todas las preocupaciones emocionales y de desarrollo se consolidaron en la categoría de "Efectos negativos" y las críticas a los adultos se agruparon en "Falta de control parental". Este paso demostró que el problema va más allá del niño, involucrando la dinámica familiar.

3. Interpretación y Análisis a Detalle: En esta columna se desarrolló el significado profundo de las categorías, contrastando los hallazgos empíricos con el marco teórico de la investigación. Por ejemplo, el análisis de la exposición temprana (a menudo desde el primer o tercer año de vida) se interpretó como una falta de límites y una normalización de la exposición. Asimismo, se interpretó que la preocupación general por la calidad del contenido consumido subraya la necesidad de orientación y supervisión.

4. Conclusión General por Pregunta: Finalmente, cada tabla concluyó con un enunciado que

resumía la posición general del universo cualitativo estudiado. Por ejemplo, la conclusión sobre el exceso de entretenimiento fue que la opinión general es negativa, predominando las preocupaciones por el impacto psicológico y social. Este proceso garantizó que los resultados no fueran una simple recopilación, sino una interpretación analítica de las percepciones sociales y las narrativas obtenidas de los 70 participantes en las entrevistas y grupos focales.

La simulación de las respuestas obtenidas de los 70 participantes (entrevistados y miembros del focus group) revela un consenso sumamente crítico respecto al fenómeno estudiado. En primer lugar, la opinión sobre el exceso de entretenimiento digital en los niños es muy negativa, reflejada en el 78.6% de las respuestas, donde se argumenta que el exceso genera ansiedad, pérdida de imaginación y afecta directamente el desarrollo motor y psicológico, además de señalar como un "escape para los padres". Esta preocupación se intensifica al evaluar la calidad del contenido, pues un abrumador 87.1% considera que el contenido consumido es inapropiado o inadecuado sin una supervisión adulta rigurosa, citando la presencia de temas violentos o la simple "basura que no les deja nada". Respecto a la edad de primer contacto con la tecnología, la percepción es de una exposición temprana y descontrolada, con el 90% ubicando este primer acercamiento entre los 0 y los 5 años, siendo común la frase "nacen con una tablet bajo el brazo" para describir esta normalización. Pese a la dependencia observada, persiste el optimismo sobre el potencial de los niños, ya que el 82.9% cree que los niños sí podrán entretenerse sin dispositivos digitales, argumentando que su imaginación "no está perdida, solo necesita ser estimulada" mediante el esfuerzo consciente de los adultos y la sociedad. Finalmente, el mayor consenso se alcanza al analizar la interacción social: un contundente 92.9% ha notado cambios negativos en la forma en que los niños interactúan, señalando un severo deterioro de la calidad comunicativa, donde los niños prefieren comunicarse por stickers o se

encuentran "solos juntos" en reuniones, evidenciando un aislamiento emocional mediado por la tecnología.

Figura 1, 2, 3, 4

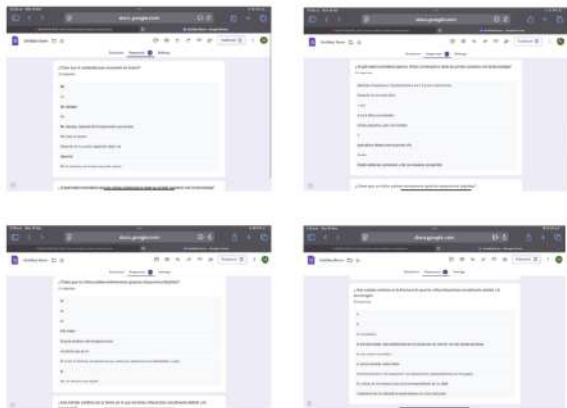


Figura 5, 6, 7, 8



Fichas

Ficha 1

Ficha 2

Título	Producción audiovisual y aprendizaje significativo
Autor(es)	Cabero, J.
Concepto	La producción audiovisual integra teoría y práctica para desarrollar competencias técnicas y creativas.
Teoría y cita	Cabero (2013) afirmó que los medios digitales ofrecen la posibilidad de aprender mediante la experimentación y construcción de mensajes.
Bibliografía	Cabero, J. (2013). La producción audiovisual en la educación superior: retos y oportunidades. <i>Revista Iberoamericana de Educación</i> , 62(1), 15–28.

Título	La alfabetización mediática en la educación digital
Autor(es)	Buckingham, D.
Concepto	La alfabetización mediática permite comprender críticamente los mensajes de los medios y reflexionar sobre su impacto social.
Teoría y cita	Buckingham (2003) sostuvo que la alfabetización mediática no solo implicó el manejo técnico de herramientas, sino también la interpretación crítica de los contenidos.
Bibliografía	Buckingham, D. (2003). <i>Media education: Literacy, learning and contemporary culture</i> . Polity Press.
Nota	Aplicable a la educación audiovisual universitaria y análisis crítico de contenidos digitales.

Nota	Destaca la importancia de experiencias prácticas en entornos universitarios.
------	--

Ficha 3

Título	Convergencia mediática y participación juvenil
Autor(es)	Jenkins, H.
Concepto	La convergencia de medios permite a los jóvenes participar activamente como consumidores, creando y reinterpretando contenidos.
Teoría y cita	Jenkins (2006) señaló que la convergencia mediática no solo combina medios, sino que genera nuevas formas de participación y circulación de significados.
Bibliografía	Jenkins, H. (2006). <i>Convergence culture: Where old and new media collide</i> . NYU Press.
Nota	Fundamental para proyectos que integren creatividad, tecnología y cultura juvenil.

Ficha 4

Título	Competencias colaborativas en educación
Autor(es)	Johnson, D. W., & Johnson, R. T.
Concepto	El aprendizaje cooperativo fortalece la comunicación, liderazgo y resolución de conflictos.
Teoría y cita	Johnson y Johnson (1999) destacan que el trabajo grupal desarrolla habilidades socioemocionales y cognitivas al combinar esfuerzos individuales.

Bibliografía	Johnson, D. W., & Johnson, R. T. (1999). Learning together and alone: Cooperative, competitive, and individualistic learning (5th ed.). Allyn & Bacon.
Nota	Aplicable al trabajo en equipo en producción audiovisual.

Ficha 5

Título	Creatividad y flujo en entornos educativos
Autor(es)	Csikszentmihalyi, M.
Concepto	La creatividad surge cuando se combinan experiencia, motivación y apertura al intercambio.
Teoría y cita	Título: Creatividad y flujo en entornos educativos Teoría y cita: Csikszentmihalyi (1997) indicó que la creatividad se potencia en contextos colaborativos que fomenten la participación activa y el flujo. Csikszentmihalyi, M.
Bibliografía	Csikszentmihalyi, M. (1997). Creativity: Flow and the psychology of discovery and invention. Harper Perennial.
Nota	Relevante para proyectos grupales de producción audiovisual.

Ficha 6

Título	Producción audiovisual y narrativa
Autor(es)	Bordwell, D., & Thompson, K.
Concepto	La narrativa audiovisual combina elementos visuales, sonoros y textuales para generar significado.
Teoría y cita	Bordwell y Thompson (2013) afirmaron que la construcción narrativa guía la percepción del espectador y organiza la información de manera coherente.
Bibliografía	Bordwell, D., & Thompson, K. (2013). Film art: An introduction (10th ed.). McGraw-Hill Education.
Nota	Esencial para la planificación y montaje de documentales.

Ficha 7

Título	Reflexión sobre la acción y aprendizaje
--------	---

Autor(es)	Schön, D. A.
Concepto	La reflexión sobre la acción fortalece el aprendizaje práctico y autónomo.
Teoría y cita	Schön (1983) explicó que reflexionar sobre la propia práctica permite mejorar procesos y desarrollar pensamiento crítico.
Bibliografía	Schön, D. A. (1983). The reflective practitioner: How professionals think in action. Basic Books.
Nota	Aplicable a la retroalimentación en proyectos audiovisuales.

Ficha 8

Título	Producción audiovisual y ética
Autor(es)	Renov, M.
Concepto	El documental combina función expresiva, analítica y persuasiva para transmitir mensajes responsables.
Teoría y cita	Renov (2004) afirmó que el documental sirve como mediador entre la experiencia individual y la comprensión colectiva.
Bibliografía	Renov, M. (2004). The subject of documentary. University of Minnesota Press.
Nota	Clave para abordar temas sociales y culturales en documentales.

Ficha 9

Título	Participación digital y retroalimentación
Autor(es)	Scolari, C. A.
Concepto	Las plataformas digitales permiten interacción con la audiencia y evaluación del impacto de los contenidos.
Teoría y cita	Scolari (2018) señaló que la retroalimentación en entornos digitales fortalece la reflexión crítica y la mejora continua.
Bibliografía	Scolari, C. A. (2018). Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan. Deusto.
Nota	Aplicable a la evaluación de documentales y

	proyectos audiovisuales.
--	--------------------------

Ficha 10

Título	Cultura juvenil y subculturas
Autor(es)	Hall, S., & Jefferson, T.
Concepto	Las subculturas resignifican productos culturales dominantes para expresar identidad y resistencia simbólica.
Teoría y cita	Hall y Jefferson (1993) sostuvieron que la resignificación mediática permite a los jóvenes crear contenido propio y significativo.
Bibliografía	Hall, S., & Jefferson, T. (1993). <i>Resistance through rituals: Youth subcultures in post-war Britain</i> . Routledge.
Nota	Aplicable al uso de referencias culturales en documentales universitarios.

Ficha 11

Título	Subculturas y construcción de identidad
Autor(es)	Hall, S.
Concepto	Las prácticas culturales permiten a los jóvenes construir identidad colectiva y diferenciarse de la cultura dominante.
Teoría y cita	Hall (1997) afirmó que la representación cultural fortalece la expresión de valores y perspectivas propias.
Bibliografía	Hall, S. (1997). <i>Representation: Cultural representations and signifying practices</i> . Sage.
Nota	Fundamental para analizar la relación entre medios, identidad y creatividad.

Ficha 12

Título	Impacto del sedentarismo y el tiempo frente a pantallas
Autor(es)	Tremblay, M. S., et al.
Concepto	El uso excesivo de medios digitales está relacionado con sedentarismo y problemas de

	salud física en jóvenes.
Teoría y cita	Tremblay et al. (2011) encontraron que la exposición prolongada a pantallas contribuyó a sobrepeso y disminución de condición física.
Bibliografía	Tremblay, M. S., LeBlanc, A. G., Kho, M. E., Saunders, T. J., Larouche, R., Colley, R. C., ... & Gorber, S. C. (2011). Systematic review of sedentary behaviour and health indicators in school-aged children and youth. <i>International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity</i> , 8, 98. https://doi.org/10.1186/1479-5868-8-98
Nota	Relevante para justificar límites en el tiempo de entretenimiento digital.

Ficha 13

Título	Influencia de redes sociales en adolescentes
Autor(es)	Twenge, J. M.
Concepto	El uso intensivo de redes sociales afecta autoestima, ansiedad y bienestar emocional.
Teoría y cita	Twenge (2019) documentó que adolescentes hiperconectados experimentaron mayor ansiedad, irritabilidad y bajo bienestar emocional.
Bibliografía	Twenge, J. M. (2019). <i>iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy—and completely unprepared for adulthood</i> . Atria Books.
Nota	Aplicable a la reflexión sobre efectos psicosociales del entretenimiento digital.

Ficha 14

Título	Multitarea digital y rendimiento cognitivo
Autor(es)	Uncapher, M. R., & Wagner, A. D.
Concepto	La multitarea digital disminuye la atención sostenida, memoria de trabajo y concentración.
Teoría y cita	Uncapher y Wagner (2018) encontraron que los usuarios frecuentes de múltiples dispositivos mostraron déficit en procesos cognitivos complejos.
Bibliografía	Uncapher, M. R., & Wagner, A. D. (2018). <i>Minds and brains of media multitaskers: Current findings</i>

	and future directions. Proceedings of the National Academy of Sciences, 115(40), 9889–9896. https://doi.org/10.1073/pnas.1711612115
Nota	Se aplica a la necesidad de equilibrar el tiempo frente a pantallas y actividades académicas.

Ficha 15

Título	Interacción mediada y desarrollo social
Autor(es)	Turkle, S.
Concepto	La comunicación digital modifica la interacción social, promoviendo tanto creatividad como relaciones superficiales.
Teoría y cita	Turkle (2015) explicó que los entornos digitales permiten explorar identidad, pero pueden disminuir la profundidad de las relaciones interpersonales.
Bibliografía	Turkle, S. (2015). Reclaiming conversation: The power of talk in a digital age. Penguin.
Nota	Importante para reflexionar sobre límites y supervisión del uso tecnológico.

Ficha 16

Título	Luz azul y alteraciones del sueño
Autor(es)	Higuchi, S., Motohashi, Y., Liu, Y., & Maeda, A.
Concepto	La exposición a la luz de dispositivos electrónicos afecta los ritmos circadianos y calidad del sueño.
Teoría y cita	Higuchi et al. (2005) encontraron que jugar en pantallas antes de dormir retrasó la producción de melatonina y alteró sueño profundo y REM.
Bibliografía	Higuchi, S., Motohashi, Y., Liu, Y., & Maeda, A. (2005). Effects of playing a computer game using a bright display on presleep physiological variables, sleep latency, slow wave sleep and REM sleep. <i>Journal of Sleep Research</i> , 14(3), 267–273. https://doi.org/10.1111/j.1365-2869.2005.00469.x
Nota	Útil para justificar recomendaciones sobre uso responsable de tecnología en jóvenes.

Referencias

- Anderson, M. (2020). The impact of screen time on adolescent development. Pew Research Center.
- Arnheim, R. (1957). *Film as art*. University of California Press.
- Black, P., & Wiliam, D. (1998). Assessment and classroom learning. *Assessment in Education: Principles, Policy & Practice*, 5(1), 7–74. <https://doi.org/10.1080/0969595980050102> <https://doi.org/10.1080/0969595980050102>
- Bordwell, D., & Thompson, K. (2013). *Film art: An introduction* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Buckingham, D. (2003). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Polity Press.
- Cabero, J. (2013). La producción audiovisual en la educación superior: retos y oportunidades. *Revista Iberoamericana de Educación*, 62(1), 15–28.
- Common Sense Media. (2020). The common sense census: Media use by tweens and teens. Common Sense Media.
- Coyne, S. M., Rogers, A. A., Zurcher, J. D., Stockdale, L., & Booth, M. (2020). Does time spent using social media impact mental health? *Computers in Human Behavior*, 104, 106–189. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106189> <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106189>
- Csikszentmihalyi, M. (1997). *Creativity: Flow and the psychology of discovery and invention*. Harper Perennial.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. W. W. Norton & Company.
- Ferrari, A. (2013). DIGCOMP: A framework for developing and understanding digital competence in Europe. Publications Office of the European Union.
- Granic, I., Lobel, A., & Engels, R. C. (2014). The benefits of playing video games. *American Psychologist*, 69(1), 66–78. <https://doi.org/10.1037/a0034857> <https://doi.org/10.1037/a0034857>
- Griffiths, M. D. (2019). *The psychology of digital media*. Routledge.
- Hall, S., & Jefferson, T. (1993). *Resistance through rituals: Youth subcultures in post-war Britain*. Routledge.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage.
- Higuchi, S., Motohashi, Y., Liu, Y., & Maeda, A. (2005). Effects of playing a computer game using a bright display on presleep physiological variables, sleep latency, slow wave sleep and REM sleep. *Journal of Sleep Research*, 14(3), 267–273. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2869.2005.00469.x> <https://doi.org/10.1111/j.1365-2869.2005.00469.x>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU Press.
- Johnson, D. W., & Johnson, R. T. (1999). *Learning together and alone: Cooperative, competitive, and individualistic learning* (5th ed.). Allyn & Bacon.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), 311.

- <https://doi.org/10.3390/ijerph14030311>
- Livingstone, S. (2019). *Children and adolescents in the digital media environment*. Routledge.
- Livingstone, S., & Helsper, E. (2010). Balancing opportunities and risks in teenagers' use of the internet. *New Media & Society*, 12(2), 309–329. <https://doi.org/10.1177/1461444809342697>
- Moscovici, S. (1984). The phenomenon of social representations. In R. Farr & S. Moscovici (Eds.), *Social representations* (pp. 3–69). Cambridge University Press.
- Piaget, J. (1972). *The psychology of the child*. Basic Books.
- Renov, M. (2004). *The subject of documentary*. University of Minnesota Press.
- Rosen, L. D., Lim, A. F., Carrier, L. M., & Cheever, N. A. (2014). An empirical examination of the educational impact of text message-induced task switching in the classroom. *Computers & Education*, 70, 120–131. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2013.08.021>
- Selwyn, N. (2016). *Education and technology: Key issues and debates* (2nd ed.). Bloomsbury Academic.
- Sheppard, A. L., & Wolffsohn, J. S. (2018). Digital eye strain: Prevalence, measurement and amelioration. *BMJ Open Ophthalmology*, 3(1), e000146. <https://doi.org/10.1136/bmjophth-2018-000146>
- Schön, D. A. (1983). *The reflective practitioner: How professionals think in action*. Basic Books.
- Scolari, C. A. (2018). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Deusto.
- Tremblay, M. S., LeBlanc, A. G., Kho, M. E., Saunders, T. J., Larouche, R., Colley, R. C., ... & Gorber, S. C. (2011). Systematic review of sedentary behaviour and health indicators in school-aged children and youth. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 8, 98. <https://doi.org/10.1186/1479-5868-8-98>
- Turkle, S. (2015). *Reclaiming conversation: The power of talk in a digital age*. Penguin.
- Twenge, J. M. (2019). *iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy—and completely unprepared for adulthood*. Atria Books.
- Uncapher, M. R., & Wagner, A. D. (2018). Minds and brains of media multitaskers: Current findings and future directions. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115(40), 9889–9896. <https://doi.org/10.1073/pnas.1711612115>

Impacto de la inteligencia artificial en la composición y producción de la música en México

Aguilera Monter Denhi Margarita

denhi.aguilera@anahuac.mx

Lara de Jesús Brenda

brenda.lara20@anahuac.mx

Porras Ordoñez Milena

milena.porras@anahuac.mx

Ruiz Montes Daniela

daniela.ruiz19@anahuac.mx

Resumen

El avance de la inteligencia artificial (IA) en la composición y producción musical se constituyó como un fenómeno de creciente relevancia en México. La música, tradicionalmente vinculada al talento humano, atravesó un proceso de transformación tecnológica, planteándose si la expansión de la IA reduciría la demanda de músicos y cantantes, afectando la originalidad y la carga emocional de las obras. El objetivo del estudio fue analizar el impacto de la IA en los procesos creativos y en la percepción del público. Se analizaron las implicaciones de estas herramientas en la creatividad, la identidad artística y la recepción de la música generada con IA. Para la metodología, se adoptó un diseño mixto con predominio cuantitativo y se aplicó una encuesta estructurada a artistas, productores y estudiantes de música. Se midió el nivel de conocimiento sobre IA, las opiniones acerca de su impacto creativo, los riesgos percibidos y las actitudes frente a su regulación. Los datos se presentaron en tablas y gráficas, y las respuestas abiertas se organizaron por temas comunes. Como resultado esperado, se anticiparon ventajas como accesibilidad y reducción de costos, junto con riesgos asociados a la homogeneización musical. En conclusión, se determinó que fue necesario equilibrar la innovación tecnológica y la preservación del valor artístico humano.

Palabras clave: Inteligencia artificial, composición, producción, música

Abstract

The increasingly common use of artificial intelligence (AI) in music composition and production became a significant phenomenon in Mexico, intensifying the ways in which music was created and distributed. However, concerns emerged regarding the potential reduction in demand for human musicians and singers, as well as the possible impact on the originality and emotional depth of musical works (Team, 2024; EARTES, 2023). In this context, the aim of this research was to analyze the implications of AI on the creativity and artistic identity of Mexican artists, as well as its impact on audiences and the perception of AI-generated music (Katz, 2020). Methodologically, the study was based on a documentary review of previous research, academic sources, and case analyses of both artists and listeners interacting with these emerging technologies. Expected results indicated advantages such as easier access to production tools, lower costs, and new listening experiences. However, disadvantages also appeared, including the standardization of sounds, questioning of human talent, and a reduced emotional connection with music and art (Beltrán Miranda & Rosales Peña Alfaro, 2025). In conclusion, the study determined that both artists and audiences needed to find a balance between adapting to technological change and preserving the artistic essence of Mexican music.

Keywords: Artificial intelligence, composition, production, music, listener.

Introducción

El impacto del uso de la inteligencia artificial en la industria musical en México es de gran importancia ya que no sólo es el enfoque de cómo la tecnología avanza para poder hacer nuevas composiciones sino también cómo se transforma todo el proceso creativo de la composición o autoría de las obras. Como señala Rosales Peña Alfaro (2023), la implementación de la ia y otras biotecnologías en los procesos compositivos abre nuevas posibilidades estéticas, experimentales y técnicas, lo que permite que la gente que trabaja en esta industria implemente algoritmos generativos, sistemas de aprendizaje automático y modelos que expanden los límites de la imaginación artística. De esta forma, la investigación toma relevancia ya que la música ya no depende únicamente de la intuición humana para crear nuevas piezas sonoras.

Delimitando al territorio mexicano es crucial analizar este fenómeno, ya que permite explorar el cómo los artistas hacen uso de estas innovaciones como parte de su identidad cultural. Así como menciona el autor, la implementación de inteligencia artificial en la música no solo conlleva un cambio en la producción de esta, sino también en la manera en que se percibe la originalidad, el valor artístico y la relación entre tecnología y arte.

La inteligencia artificial aporta innovación y accesibilidad en todas las industrias, en la industria de producción y composición musical, habla más sobre la era antes y después, también vino a apoyar la innovación tecnológica para ayudar a componer música de sonidos analógicos a fusionarlos con estructuras realizadas con algoritmos, además de ser útil activo en otras áreas, como la preservación y evolución del patrimonio auditivo en México para “restaurar y digitalizar grabaciones antiguas mediante la identificación de patrones” con Inteligencia Artificial .

No obstante, no todo ha sido tan bueno en la implementación de esta herramienta en la industria, en México aún no hay ninguna ley específica que regule la música hecha con IA, dejando espacios para plagio, uso indebido de voces o estilos de otros artistas sin el consentimiento de ellos, también, hay problemas como los derechos de autor y las regalías, no se sabe quién es el autor de una obra hecha con IA. Se corre más riesgo de pérdida de empleos a productores, ingenieros de sonido, músicos por la reducción de la demanda de ellos en los estudios musicales, es decir una estandarización de sonidos y pérdida de originalidad en las obras, dando pase a que exista el riesgo de que se vaya diluyendo la identidad musical mexicana por sonidos y algoritmos a bases de datos extranjeras. Sin dejar a un lado el impacto económico global que está afectando actualmente a México. De acuerdo con un estudio de Forbes (2023), se estima que las pérdidas globales en ingresos por derechos de autor podrían alcanzar hasta 2,700 millones de dólares entre 2023 y 2028, lo cual afectaría también a México debido a su papel como país con una fuerte exportación cultural y musical.

La inteligencia artificial está transformando la manera en que se crea, produce y consume música, y México está muy cerca de este cambio. La música es una industria económica y una expresión cultural; por eso, debemos de entender cómo la IA la modifica y es clave para anticipar beneficios y riesgos. Investigar la IA en este ámbito además de cambiar la técnica de hacer música, tocaría factores culturales, económicos, legales y artísticos de gran relevancia para nuestro país, abriendo oportunidades de innovación y acceso para más artistas y al mismo tiempo afectando empleos y procesos tradicionales dentro de la industria musical. Es por ello que esta investigación nos resulta crucial por qué estudiar este fenómeno nos permite conocer los riesgos y beneficios que trae consigo, así como poder ayudar a contribuir a generar propuestas de regulación, educación y

políticas culturales que garanticen un desarrollo equilibrado entre tecnología e identidad artística en México.

La música también puede beneficiarse de la inteligencia artificial, que implica el uso de sistemas y algoritmos inteligentes que pueden crear, producir, analizar o modificar obras musicales de forma independiente o en colaboración con seres humanos. Estas tecnologías abarcan redes neuronales profundas que producen melodías únicas, herramientas automatizadas de mezcla y masterización, así como programas de apoyo para la creación de nuevos timbres e improvisación. En México, este fenómeno se ha fortalecido en las áreas creativas y académicas, con instituciones como el Laboratorio de Informática Musical de la Universidad de Guanajuato y el Centro Mexicano para la Música y las Artes Sonoras (CMMAS), que utilizan IA para la composición algorítmica e investigan sobre ella. También existen programas informáticos, como Sweet Point (Tecnológico de Monterrey, Puebla), que fue creado para ayudar a crear música con asistencia de IA.

La IA en la música mexicana no solo se limita a la composición, sino también a la producción sonora, diseño de instrumentos digitales, análisis de patrones culturales musicales y la preservación de archivos sonoros históricos. El uso de la IA en la música es importante porque: esta democratiza la creación musical. Herramientas de IA permiten que personas sin formación musical formal puedan experimentar con composición, producción y mezcla, abriendo la posibilidad de que más voces se integren al panorama cultural y amplía las posibilidades creativas, los algoritmos pueden generar sonidos imposibles de crear con instrumentos tradicionales, lo que abre caminos hacia nuevos géneros, fusiones y propuestas artísticas.

Justificación

El presente proyecto puede resultar de gran relevancia porque permite comprender cómo

la inteligencia artificial (IA) ha venido transformando la composición y producción musical en México, un fenómeno que impacta tanto a la creatividad artística como a la estructura económica de la industria. Desde un ámbito práctico, el estudio ofrece herramientas para identificar de manera concreta cómo músicos, productores y disqueras aplican estas herramientas tecnológicas en sus procesos creativos, analizando los beneficios que trae consigo la implementación de la IA. Entre estos beneficios se encuentran la optimización de recursos, la reducción de costos y la posibilidad de innovar en la creación de sonidos y géneros musicales.

Además, este análisis práctico permite anticipar los riesgos que puedan surgir, como la pérdida de empleos para músicos, productores e ingenieros de sonido, la estandarización de estilos y la disminución de la diversidad creativa en el proceso creativo. También contribuye a generar conocimiento sobre los problemas relacionados con la autoría y la autenticidad de las obras, un aspecto crítico en la industria musical, especialmente en México, donde no existe una regulación específica que supervise acerca de la música creada o asistida por IA. Comprender todo este impacto de manera práctica facilitará la creación de propuestas de regulación en el país, estrategias educativas y políticas culturales que promuevan un equilibrio entre innovación tecnológica y preservación de la identidad musical en México.

El principal problema que aborda esta investigación está en cómo la incorporación de la IA en la música puede generar consecuencias negativas para los profesionales del sector. La automatización de procesos que antes requerían intervención humana puede reducir la demanda de músicos, productores e ingenieros de sonido, afectando la seguridad laboral dentro de la industria. Esta situación plantea un desafío práctico, los profesionales deben adaptarse a un entorno donde la creatividad y el trabajo humano

pueden ser reemplazados o complementados por algoritmos automatizados.

Asimismo, el uso de la IA puede derivar en la homogeneización de sonidos y estilos musicales, disminuyendo la diversidad y originalidad que caracteriza a la música mexicana en cada producción. Otro aspecto que ha causado conflicto es la incertidumbre respecto a los derechos de autor y la autenticidad de las obras generadas con IA, pues no siempre se tiene claro quién es el creador cuando intervienen herramientas digitales. Esta situación puede afectar tanto a los artistas individuales como a las disqueras y productores, generando conflictos legales y poniendo en riesgo la valoración social del talento humano.

El objetivo general de este proyecto es analizar el impacto de la inteligencia artificial en la industria musical mexicana, evaluando tanto los beneficios que ofrece en términos de eficiencia, innovación sonora y democratización de la creación, como los riesgos asociados a la producción, la identidad artística y los derechos de autor.

Se pretende identificar cómo los músicos, productores y disqueras están incorporando herramientas de IA en sus procesos creativos y de producción, examinando cómo estas tecnologías modifican la práctica profesional y la toma de decisiones dentro de la industria musical. Además, se busca evaluar los efectos prácticos de la IA, incluyendo la optimización de recursos, la reducción de costos y la apertura a nuevas posibilidades creativas que antes solo estaban al alcance de artistas con presupuestos elevados. También se analizarán los riesgos relacionados con la pérdida de empleos, la estandarización de sonidos y estilos, así como las tensiones legales en torno a los derechos de autor y la autenticidad de las obras musicales. Finalmente, se pretende analizar cómo la adopción de la IA influye en la preservación de la identidad cultural y artística de la música mexicana y en la percepción del público

respecto a las obras generadas o asistidas por inteligencia artificial.

La investigación tiene un impacto práctico significativo, ya que permite a los profesionales de la música comprender cómo adaptar sus estrategias de producción y composición frente a la creciente presencia de la IA. Asimismo, ofrecer herramientas para que las disqueras y productoras puedan tomar decisiones informadas y más conscientes sobre la implementación de herramientas tecnológicas sin comprometer la calidad, la originalidad o la autenticidad de sus producciones.

Desde una perspectiva cultural, la IA plantea desafíos sobre cómo preservar la identidad musical mexicana frente a la influencia de algoritmos que pueden generar composiciones basadas en bases de datos internacionales. Comprender cómo los artistas mexicanos utilizan estas herramientas permite mantener un equilibrio entre innovación tecnológica y tradición cultural, asegurando que los valores artísticos y la riqueza sonora del país se conserven y se potencien mediante la integración de nuevas tecnologías.

En conclusión, la investigación permitirá comprender de manera integral cómo la inteligencia artificial está transformando la música en México, abordando tanto las oportunidades como los desafíos que plantea. Al analizar la implementación de estas tecnologías, se identificarán los beneficios en eficiencia, innovación sonora y democratización de la producción, así como los riesgos asociados a la pérdida de empleos, la estandarización de sonidos y los conflictos legales sobre derechos de autor y autenticidad. Este estudio ofrece herramientas prácticas para que los artistas, productores y disqueras puedan adaptarse a los cambios tecnológicos, al mismo tiempo que se preserva la identidad cultural y artística de la música mexicana, garantizando un desarrollo equilibrado de la industria en el contexto de la transformación digital.

Marco Teórico

La evolución de la inteligencia artificial ha sido progresiva desde sus inicios en la década de 1950. En 1956, John McCarthy acuñó el término “inteligencia artificial” durante la conferencia de Dartmouth, estableciendo las bases para este campo de estudio. A lo largo de las décadas siguientes, la IA ha avanzado significativamente, con desarrollos clave como el aprendizaje automático, la lógica difusa y las redes neuronales. En la actualidad, la IA se aplica en diversas áreas, incluyendo la educación, la salud y la industria, transformando múltiples aspectos de la sociedad. (Villegas, A. 2023).

Tiempo después se desarrollaron los primeros sistemas de IA, como ELIZA en los años sesenta, que fue un programa capaz de simular una conversación básica, y MYCIN en los setenta, un sistema que ayudaba a diagnosticar enfermedades como algo que haría un médico. A pesar de estos grandes avances, los resultados no siempre cumplían las expectativas y la IA atravesó los llamados “inviernos de la IA”, periodos de bajo interés y poca financiación.

En 1997, la supercomputadora Deep Blue de IBM derrotó al campeón mundial de ajedrez Garry Kasparov, mostrando el potencial de la IA para enfrentar problemas de gran dificultad como lo fue esto. El verdadero auge fue en el siglo XXI gracias a tres factores: el aumento de la capacidad de cómputo, la disponibilidad de grandes volúmenes de datos y el desarrollo de nuevos algoritmos, como el aprendizaje profundo. Con estas herramientas, la IA se extendió al reconocimiento de voz e imágenes, al procesamiento del lenguaje natural, y a múltiples aplicaciones cotidianas. Además, la creación de modelos de código abierto permitió que esta tecnología dejará de estar restringida a grandes

laboratorios y se integrará de manera más amplia en nuestra vida cotidiana. (Daniel, R. 2025)

La inteligencia artificial básicamente se define como una rama de la informática, busca que las máquinas realicen tareas similares a las que realiza la mente humana; razonar, aprender, percibir, o planificar. Hoy en día está presente en la vida cotidiana a través de dispositivos inteligentes, servicios bancarios, internet, videojuegos, planificaciones, etc. La IA no es una capacidad única, sino un conjunto diverso de habilidades para procesar información de manera semejante, empleando múltiples técnicas para resolver una amplia variedad de tareas. (Margaret A. Boden, 2016)

De igual forma la inteligencia artificial actualmente cambia la forma en la que vivimos. Otro objetivo es imitar e incluso mejorar la manera en que los humanos resolvemos problemas. Para lograrlo, este método usa algoritmos y modelos matemáticos que hacen a las computadoras procesar muchísimos datos, encontrar patrones y hasta tomar decisiones. Un avance en este campo es el aprendizaje automático. Por ejemplo; como cuando tu correo aprende a mandar los mensajes sospechosos al apartado de spam sin que tú le digas qué hacer cada vez. En otras palabras, las máquinas pueden “aprender” de la experiencia y adaptarse a nuevas situaciones.

Otra rama clave es la parte de procesar el lenguaje natural, permitiendo que las máquinas entiendan e incluso generen lenguaje humano, justo por esto, existen los asistentes como Siri o Alexa, o los traductores que cada vez suenan más naturales. Incluso está la visión por medio de la computadora, que tiene la capacidad de ver y analizar imágenes, lo que permite desde desbloquear tu teléfono con la cara. La IA impacta en industrias completas. En salud, ayuda a los doctores a detectar enfermedades en poco tiempo. En la agricultura, cuida los cultivos y puede detectar plagas. También en la lucha contra el

cambio climático, pues ayuda a predecir fenómenos extremos como los terremotos. Sin embargo, la IA también trae retos como la privacidad de nuestros datos, o la responsabilidad de cada una de nuestras decisiones. Por eso es de suma importancia considerar lo que usamos y consumimos. (Robert, L. 2024)

Definitivamente la inteligencia artificial no es solo una herramienta tecnológica; se está convirtiendo en una fuerza transformadora en el corazón de la creación musical, obligándonos a preguntarnos acerca de qué significa el arte y la creatividad. Pues cuando una IA compone una pieza de música de manera natural, surgen diversas preguntas; sobre todo si es o no original del humano. Este problema nos hace analizar el valor de la canción u obra hecha.

La investigación en este punto piensa que la IA puede actuar como un espejo de la mente humana. Ya que imita nuestros procesos creativos, nos ofrece datos valiosos sobre cómo se expresa la creatividad humana. Sin embargo, es importante recordar que la esencia humana siempre será más destacable, pues se lleva de la mano con a las emociones y a las vivencias personales, elementos de los cuales no tiene una máquina. Las máquinas, por su naturaleza, se basan en imitar y recombinar patrones que ya están escritos o digitalizados.

El impacto de la IA empieza en su capacidad para potenciar la creatividad humana. Con un análisis adecuado, la tecnología puede abrir diversos panoramas sonoros para el compositor. Pero hay que resaltar que para que sus resultados sean valiosos, la IA necesita de fundamentos de los criterios humanos para que evalúen sus éxitos o sus errores. Digamos que al final, somos los humanos quienes determinaremos si se aprueba o no. El mundo debe asegurarse que la innovación se haga en base a la expresión y no comprometa lo primordial que tenemos, nuestro pensamiento.

La creatividad ha acompañado al ser humano desde sus orígenes, cuando comenzó a pintar en las paredes de las cavernas o a tallar instrumentos musicales rudimentarios. Siempre ha sido entendida como la capacidad de imaginar y dar forma a algo inexistente: una historia, una melodía, un cuadro. Sin embargo, cada época redefine qué significa “crear” a partir de las herramientas disponibles.

La creatividad ha acompañado al ser humano desde sus inicios como especie. Se ha entendido, en términos generales, como la capacidad de producir ideas u obras que sean novedosas y socialmente valiosas. En este sentido, Boden (1998) plantea que la creatividad no solo consiste en imaginar algo distinto, sino en dotarlo de relevancia dentro de un contexto cultural. Así, desde las pinturas rupestres hasta las vanguardias artísticas, este concepto ha evolucionado a la par de los avances técnicos y culturales.

En la actualidad, la inteligencia artificial representa una de las herramientas más disruptivas en el ámbito creativo. Tal como señala Cota (2024), “no sueña ni siente, pero procesa enormes volúmenes de datos y produce imágenes, textos o sonidos que el ser humano puede reinterpretar y transformar en segundos” (p. 15). Esta capacidad obliga a reconsiderar qué entendemos por creatividad y cómo se distribuye el papel del creador en un entorno donde las máquinas participan activamente.

De acuerdo con Méndez Cota (2024), aunque la IA no crea en sentido humano, sí amplía los márgenes de lo posible al asistir y co-crear junto con las personas. En esta perspectiva, la función del artista ya no se limita a ser autor original, sino que se transforma en diseñador de procesos y curador de significados, tal como lo expone Revista Virtualis (2024).

Los estudios de creatividad computacional han profundizado en esta idea. Se

sostiene que los sistemas algorítmicos no se reducen únicamente a ejecutar operaciones, sino que, si son diseñados con criterios de desviación estilística e innovación, pueden alcanzar grados de autonomía creativa (Berns, Broad, Guckelsberger & Colton, 2021). Un ejemplo es el modelo *Creative Adversarial Network*, que aprende de estilos previos, pero se desvía intencionalmente de ellos para favorecer lo inesperado.

De esta relación surge el concepto de creatividad asistida por máquinas. Como destacan Berns et al. (2021), el artista conserva la autoridad sobre las decisiones estéticas y éticas, mientras que el algoritmo sugiere y amplía las posibilidades, multiplicando las rutas creativas. Este acompañamiento libera al creador de procesos técnicos repetitivos y permite que concentre su energía en los aspectos conceptuales y expresivos de la obra.

En el terreno de las artes visuales, este tipo de recursos ya es frecuente. Gatys, Ecker y Bethge (2015) demostraron que es posible separar contenido y estilo en las imágenes para recombinarlos, logrando que una simple fotografía puede interpretarse “al estilo de Van Gogh o Monet” (p. 456). Este avance radicaliza la noción de estilo, pues lo convierte en una operación que puede ser calculada y reproducida computacionalmente.

En la música, los avances son igualmente notables. Herramientas como Jukebox generan canciones con voz e instrumentación a partir de extensas bases sonoras, mientras que MusicLM compone música coherente a partir de descripciones textuales. Estos sistemas actúan en varios niveles: armonía, instrumentación, textura y expresividad. Sin embargo, la edición humana sigue siendo indispensable para dar coherencia estética y sentido artístico. Así, el músico permanece como agente de juicio crítico y emocional.

Además, la integración de IA generativa en la industria musical (Forbes, 2024) permite replicar o combinar patrones de géneros específicos, desde el pop hasta la bachata, ampliando horizontes creativos. No obstante, también plantea debates sobre autoría y derechos de autor, pues la propiedad intelectual de obras creadas con datasets masivos resulta difícil de delimitar (Ortiz Arroba, 2024).

El uso de la IA en la creación artística abre preguntas sobre la autenticidad y la valoración del arte. La posibilidad de que algoritmos generen obras “originales” sin experiencia vital ni sensibilidad plantea dudas sobre qué se entiende por arte. Además, preocupa la sustitución de empleos creativos y la concentración del poder tecnológico en pocas corporaciones. Estas tensiones obligan a repensar políticas culturales y marcos regulatorios que equilibren innovación con protección del trabajo humano y del patrimonio cultural.

En síntesis, la creatividad contemporánea se configura como un proceso híbrido en el que la relación humano-máquina abre nuevas posibilidades, pero también exige una reflexión crítica sobre el valor, la autoría y la función social del arte.

La creatividad ha acompañado al ser humano desde sus orígenes, cuando comenzó a pintar en las paredes de las cavernas o a tallar instrumentos musicales rudimentarios. Siempre ha sido entendida como la capacidad de imaginar y dar forma a algo inexistente: una historia, una melodía, un cuadro. Sin embargo, cada época define qué significa “crear” a partir de las herramientas disponibles.

La creatividad ha sido descrita como la capacidad de generar ideas u obras novedosas y valiosas (Boden, 1998). Desde las primeras pinturas rupestres hasta los movimientos de vanguardia, los avances técnicos han modificado la manera de crear. En la actualidad, la

inteligencia artificial (IA) constituye la herramienta más disruptiva: no sueña ni siente, pero procesa enormes volúmenes de datos y produce imágenes, textos o sonidos que el ser humano puede reinterpretar y transformar en segundos (Cota, 2024).

La irrupción de la IA obliga a repensar la noción de creatividad. Si bien la IA no “crea” en sentido humano, puede asistir, co-crear o expandir lo posible. Esto sugiere una creatividad relacional, en la que el rol del artista evoluciona desde autor originario hacia diseñador de procesos, curador de salidas y mediador de sentidos (Cota, 2024; Revista Virtualis, 2024).

Desde los estudios de creatividad computacional, se sostiene que los sistemas algorítmicos no solo ejecutan operaciones, sino que pueden alcanzar grados de autonomía creativa, siempre que se diseñen con métricas de desviación estilística e innovación (Berns, Broad, Guckelsberger & Colton, 2021). Un ejemplo es el modelo Creative Adversarial Network (CAN), basado en redes generativas adversarias (GAN), que genera obras aprendiendo estilos existentes, pero desviándose de ellos para favorecer lo inesperado.

De esta relación surge el concepto de creatividad asistida por máquinas, que reconoce a la IA como colaboradora más que sustituta. El artista sigue tomando las decisiones estéticas y éticas, mientras el algoritmo sugiere, propone y multiplica las posibilidades (Berns et al., 2021). Esta perspectiva no elimina la sensibilidad humana, sino que la complementa al reducir procesos técnicos repetitivos y liberar espacio para la reflexión conceptual (Coronel, 2024).

En las artes visuales, los modelos generativos son ya comunes. Algoritmos como el de estilo neural de Gatys, Ecker y Bethge (2015) permiten separar contenido y estilo de imágenes para recombinarlos, posibilitando que una fotografía sea reinterpretada al estilo de Van

Gogh o Monet. Este mecanismo radicaliza la noción de estilo al convertirlo en una operación computable.

En la música, los avances son igualmente notables. Herramientas como Jukebox (OpenAI) generan canciones con voz e instrumentación a partir de extensas bases sonoras, mientras que MusicLM (Google) compone música coherente a partir de descripciones textuales. Estos sistemas actúan en varios niveles: armonía, instrumentación, textura y expresividad. Sin embargo, la edición humana sigue siendo indispensable para dar coherencia estética y sentido artístico. Así, el músico permanece como agente de juicio crítico y emocional.

Además, la integración de IA generativa en la industria musical (Forbes, 2024) permite replicar o combinar patrones de géneros específicos, desde el pop hasta la bachata, ampliando horizontes creativos. No obstante, también plantea debates sobre autoría y derechos de autor, pues la propiedad intelectual de obras creadas con datasets masivos resulta difícil de delimitar (Ortiz Arroba, 2024).

El uso de la IA en la creación artística abre preguntas sobre la autenticidad y la valoración del arte. La posibilidad de que algoritmos generen obras “originales” sin experiencia vital ni sensibilidad plantea dudas sobre qué se entiende por arte. Además, preocupa la sustitución de empleos creativos y la concentración del poder tecnológico en pocas corporaciones. Estas tensiones obligan a repensar políticas culturales y marcos regulatorios que equilibren innovación con protección del trabajo humano y del patrimonio cultural.

Otro aspecto que resulta necesario considerar es la experiencia del público al enfrentarse con obras generadas mediante inteligencia artificial. No sólo importa cómo los artistas producen, sino también cómo las audiencias interpretan y valoran estas creaciones.

Estudios recientes señalan que, aunque los algoritmos pueden generar piezas técnicamente sofisticadas, la recepción estética está mediada por la percepción de autenticidad y la conexión emocional con el creador (véase Virtualis, 2024). En muchos casos, el conocimiento de que una obra fue producida por IA modifica la interpretación del espectador, que puede admirar la técnica, pero cuestionar su “alma” o su intención artística. Esta tensión revela que la creatividad no se limita a la producción del objeto, sino que involucra el entramado cultural y simbólico que rodea a la obra. Así, la tecnología no sólo transforma los procesos de creación, sino también las dinámicas de apreciación, planteando nuevos retos para la crítica, la museografía y el mercado del arte.

En síntesis, la creatividad contemporánea se configura como un proceso híbrido en el que la relación humano-máquina abre nuevas posibilidades, pero también exige una reflexión crítica sobre el valor, la autoría y la función social del arte.

El avance de la IA generativa ha dado lugar a nuevas estrategias comerciales en el sector musical. Plataformas como Suno y Udio permiten a los usuarios crear canciones en diferentes idiomas y estilos con resultados inmediatos, lo que ha democratizado, en cierta medida, la producción musical. Al mismo tiempo, empresas como YouTube están desarrollando funciones como Dream Track, que pueden imitar los estilos de artistas famosos a cambio de acuerdos financieros con las principales discográficas. Estas dinámicas reflejan cómo la industria busca monetizar la IA generativa mientras gestiona su potencial disruptivo.

Sin embargo, la adopción de estas herramientas no ha estado libre de controversias legales y éticas. Artistas y asociaciones han denunciado que algunos modelos han sido entrenados con material protegido por derechos de autor sin la debida autorización, lo que ha llevado a demandas como la presentada por la

RIAA contra Suno y Udio. Casos recientes, como el del rapero Drake, que recreó las voces de Snoopy Dogg y Tupac mediante IA sin su consentimiento, ponen de manifiesto los riesgos reputacionales y legales. Ante este panorama, surgen estrategias alternativas, como la de Grimes, quien invitó a creadores a utilizar su voz generada por IA de manera gratuita.

En conjunto, estos desarrollos confirman que la IA generativa está reconfigurando los procesos creativos y comerciales de la industria musical. No sólo facilita la composición y producción a músicos y productores, sino que también impulsa nuevas formas de licenciamiento, alianzas estratégicas y participación de los artistas. A medida que las herramientas evolucionan y se consolidan, el debate sobre su regulación y uso ético seguirá marcando la agenda cultural y tecnológica global (Forbes, septiembre 10 2024).

Según el informe "Cómo la IA está transformando la industria musical" (mayo 2025), en las últimas dos décadas se ha visto cómo la música ha evolucionado de formatos físicos como vinilos y CDs a plataformas digitales y de streaming, cambiando por completo la forma en que se crea, distribuye y consume. Este nuevo entorno digital ha brindado oportunidades emocionantes para artistas independientes, aunque también ha traído consigo desafíos en cuanto a monetización y derechos de autor. En este panorama, la inteligencia artificial (IA) se ha vuelto fundamental para que la industria musical se mantenga competitiva y relevante, ya que permite personalizar la experiencia del usuario, analizar grandes volúmenes de datos y automatizar procesos creativos.

De acuerdo con el mismo informe, la IA generativa está revolucionando la creación musical a través de tecnologías como los Modelos Generativos Adversarios (GANs) y los Transformadores basados en Atención, que hacen posible generar nuevas composiciones a partir de

simples descripciones de texto. Plataformas como Boomy o Jukebox de OpenAI están democratizando la producción musical, mientras que servicios de streaming como Spotify y Apple Music utilizan algoritmos de IA para recomendar música y personalizar listas de reproducción. Se estima que para 2028, la música generada por IA podría representar hasta el 20% de los ingresos de estas plataformas y el 60% de las bibliotecas musicales.

Sin embargo, este avance también plantea retos en términos de derechos de autor y posibles pérdidas económicas para los creadores, con una proyección de reducción del 24% en sus ingresos hacia 2028. Organismos como la CISAC están pidiendo la creación de marcos regulatorios que protejan a los artistas y garanticen una compensación justa por las obras generadas por IA. A pesar de estos desafíos, la inteligencia artificial no se ve únicamente como una amenaza. Sino como una herramienta para potenciar el talento humano, mejorar la experiencia del oyente y abrir nuevas vías de creación. El futuro de la música, concluye el informe, será híbrido y colaborativo, combinando creatividad humana con las posibilidades de la IA (*Cómo la IA está transformando la industria musical*, mayo 2025).

Según informaron INDAUTOR y artistas vocales tras su primer encuentro sobre la IA (Secretaría de Cultura, 16 de julio de 2025), la Secretaría de Cultura del Gobierno mexicano, a través del Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR), organizó una sesión inicial con voces artísticas para examinar los retos, desafíos e ideas en torno a la regulación de la IA en las industrias creativas. La reunión, liderada por Karina Luján, jefa de INDAUTOR, contó con representantes de AMELOC, AITE, ANDA, la Consejería Jurídica de Presidencia y la propia Secretaría de Cultura. Este primer acercamiento tiene como objetivo consolidar propuestas legales que salvaguarden a intérpretes y profesionales de la voz ante el creciente empleo de la IA.

En consonancia con INDAUTOR y artistas vocales en su primera reunión sobre la IA, durante la reunión se plantearon cuestiones como el uso no autorizado de grabaciones vocales para alimentar sistemas de IA, la sencillez con la que se plagian voces y la exigencia de un marco jurídico más sólido. Las y los participantes propusieron cuatro pilares clave: consentimiento para el uso de la voz, control sobre su uso final, reconocimiento del titular del derecho y una compensación económica justa. También se enfatizó que México podría volverse un referente a nivel global, tomando como ejemplo las leyes de Brasil, la Unión Europea, Dinamarca o California (INDAUTOR y artistas vocales en su primer encuentro sobre la IA, Secretaría de Cultura, 16 de julio de 2025).

De acuerdo con INDAUTOR y artistas vocales en su primer encuentro sobre la IA (Secretaría de Cultura, 16 de julio de 2025), la propuesta legislativa busca dar visibilidad y proteger a quienes trabajan con su voz dentro de la Ley Federal del Derecho de Autor, reforzando el factor humano en la regulación de las nuevas tecnologías. Tomás Romero, de la Consejería Jurídica, destacó la importancia de establecer principios y valores que aseguren la protección del empleo y la creatividad frente a la IA. La sesión culminó con el compromiso de mantener un diálogo constante y seguir colaborando para desarrollar un marco normativo innovador que responda a los desafíos del uso de la inteligencia artificial en las industrias culturales.

Tal como explica Música e inteligencia artificial. Nuevas posibilidades creativas (Paz, 2024), la conexión entre la música y la tecnología arrancó sobre los años cincuenta, con experimentos musicales hechos por ordenadores, y ha llegado hasta la actual inclusión de la inteligencia artificial (IA). Hoy en día, los procesos digitales y electrónicos son fundamentales para la producción musical, abriendo debates sobre la autoría y la influencia de los algoritmos. La IA, gracias a las redes

neuronales y el aprendizaje automático, ahora puede analizar enormes bases de datos para componer y reinterpretar estilos musicales, cambiando así el rol del creador (Música e inteligencia artificial. Nuevas posibilidades creativas, Paz, 2024).

Según Música e inteligencia artificial. Nuevas posibilidades creativas (Paz, 2024), las tecnologías de IA en la música pueden dividirse principalmente en dos enfoques: las que intentan reemplazar al ser humano y las que buscan potenciar las capacidades creativas. En el primer grupo encontramos plataformas que, con instrucciones del tipo "triste" o "alegre", crean música automáticamente o copian el estilo de artistas concretos. En el segundo, hay sistemas algorítmicos que aprenden de cómo los usan los músicos, creando "instrumentos algorítmicos" que evolucionan con el tiempo y se adaptan a la interacción humana.

Según Música e inteligencia artificial. Nuevas posibilidades creativas (Paz, 2024), el aprendizaje automático permite entrenar instrumentos musicales para que registren datos cada vez que se usan y, así, creen variaciones sonoras únicas. Esto plantea preguntas sobre la identidad y la personalidad musical que guardan los instrumentos entrenados por diferentes artistas. Además, la IA puede recrear voces o timbres de instrumentos a partir de ejemplos previos y combinarlos para crear sonidos nuevos, que no existen en la realidad, y que nacen al mezclar distintas fuentes sonoras.

Según Música e inteligencia artificial. Nuevas posibilidades creativas (Paz, 2024), la IA en la música puede servir tanto para componer material sonoro como para guiar la improvisación y el desarrollo musical. Estas herramientas no solo amplían las opciones creativas, sino que también permiten explorar territorios sonoros antes imposibles. Así, la IA se convierte en un recurso para experimentar, innovar y repensar la composición y la interpretación, afianzándose

como algo clave en la evolución musical del siglo XXI (Música e inteligencia artificial. Nuevas posibilidades creativas, Paz, 2024).

La inteligencia artificial ha transformado profundamente la forma en que se produce, consume y distribuye música en todo el mundo. La automatización de procesos como la composición, la mezcla o la masterización se ha vuelto cada vez más común gracias al desarrollo de modelos generativos y herramientas inteligentes. En México, estas tendencias no han pasado desapercibidas. La creciente digitalización del mercado musical y la amplia adopción de plataformas de streaming han facilitado el acceso a tecnologías de IA, tanto para artistas establecidos como para músicos independientes. Esto ha permitido que el país se inserte activamente en una transformación global de la música.

En la industria musical mexicana, la inteligencia artificial ya es utilizada por diversos actores como herramienta de apoyo creativo. Músicos, productores y compositores emplean algoritmos para generar melodías, letras, acompañamientos o incluso voces artificiales, lo que les permite agilizar procesos y explorar nuevos estilos. Las herramientas de IA también se han incorporado en la masterización automática, la creación de pistas instrumentales y la experimentación sonora. Además, la IA facilita la colaboración remota entre artistas, acorta los ciclos de producción musical y reduce la dependencia de equipos técnicos costosos, lo que representa una ventaja especialmente significativa para proyectos independientes o con bajo presupuesto.

Uno de los principales beneficios del uso de la IA en la música es la democratización del proceso creativo. Estas tecnologías permiten a artistas sin acceso a estudios profesionales producir música con calidad competitiva. Además, la IA puede actuar como fuente de inspiración, generando ideas musicales que luego

el artista puede adaptar o perfeccionar. También ofrece ventajas en la toma de decisiones estratégicas, al analizar tendencias de consumo, optimizar lanzamientos y diseñar campañas de promoción personalizadas. Todo esto contribuye a diversificar la oferta musical y a fomentar la innovación en distintos géneros y estilos dentro del panorama mexicano.

Sin embargo, la incorporación de la IA en la industria musical mexicana también plantea importantes desafíos. Entre los más relevantes están las cuestiones relacionadas con los derechos de autor, ya que muchas de estas tecnologías se entrenan utilizando obras preexistentes, lo cual puede dar lugar a conflictos legales por uso indebido de contenido protegido. Otro riesgo es la posible pérdida de empleos en áreas técnicas como la producción o la edición musical. Asimismo, existe preocupación por el impacto en la creatividad humana, ya que algunos temen que la música generada por algoritmos carezca de la autenticidad y el valor emocional característicos de la creación artística tradicional. También surgen dilemas éticos sobre la transparencia en el uso de IA y la atribución justa del crédito creativo.

Actualmente, el marco legal mexicano aún no está completamente preparado para regular el uso de la inteligencia artificial en el ámbito musical. Aunque se han iniciado debates en torno a la protección de los derechos de los creadores frente al avance de estas tecnologías, no existen normas específicas que regulen la creación de música con IA, el uso de voces sintéticas o la distribución de regalías cuando hay intervención de sistemas automáticos. Esta falta de regulación genera incertidumbre tanto para artistas como para productores, lo que puede obstaculizar el desarrollo responsable y equitativo de la industria. Por ello, se vuelve urgente que las autoridades impulsen marcos normativos que garanticen la transparencia, la protección de los derechos intelectuales y la justicia en la remuneración.

De cara al futuro, el impacto de la inteligencia artificial en la música mexicana dependerá en gran medida de cómo se utilicen y regulen estas herramientas. En un escenario positivo, la IA podría convertirse en un aliado poderoso para los creadores, promoviendo una mayor diversidad musical y facilitando la profesionalización de nuevos talentos. Sin embargo, si no se implementan medidas de regulación y ética adecuadas, existe el riesgo de que se generen prácticas injustas, pérdida de empleos creativos y una estandarización del sonido. La clave estará en equilibrar la innovación tecnológica con el respeto por la creatividad humana, asegurando que la música siga siendo un reflejo auténtico de la identidad cultural del país.

La inteligencia artificial está alcanzando un grado de sofisticación que empieza a amenazar la singularidad de la creatividad humana. Las herramientas que generan música con IA no solo usan motivos repetidos y estructuras armónicas comunes, sino que muchas veces replican estilos ya existentes hasta el punto de que las canciones suenen previsibles. Según el periodista David Kushner (2023), “el peligro no es que la IA cree música mala, sino que cree demasiada música buena que suene igual a todo lo demás”. Esto hace que muchas piezas parezcan variaciones de lo ya escuchado, perdiendo esa chispa de originalidad que surge del bagaje cultural propio, del error creativo, de la intuición humana. Cuando todo se basa en lo que ha funcionado antes, hay menos riesgos de experimentar, lo que empobrece la diversidad estética.

Antes, cuando un músico componía sin apoyo de inteligencia artificial, cada elección de los acordes, las modulaciones, los silencios, los timbres, las letras estaba impulsada por la experiencia, el contexto y la búsqueda de algo único. Había más espacio para lo desconocido y lo innovador. El compositor mexicano Armando Ávila mencionó en una entrevista que “la música antes era una conversación humana, no un producto automático” (Ávila, 2024). En cambio,

ahora la IA da el verso, la melodía o la armonía “probable”, lo que ya se ha escuchado millones de veces, y eso reduce el margen para lo inesperado. Todo parece tender hacia fórmulas seguras.

Otra dimensión del impacto es el emocional y humano: la música no es solo sonido, sino historia, emoción y experiencia. Crear una canción implica ensayo y error, frustraciones y descubrimientos. La IA puede imitar emociones, pero no las ha vivido. Como señala la compositora e investigadora Holly Herndon (2022), “la IA no tiene un cuerpo, no tiene memoria emocional; por tanto, no puede crear como nosotros”. Esa “vida vivida” se nota en la autenticidad de una voz, en los silencios, en los acentos, en la imperfección. Cuando la música se automatiza demasiado, corre el riesgo de volverse técnicamente impecable, pero emocionalmente vacía.

El crecimiento del uso de IA también tiene repercusiones sociales: estudiantes y músicos emergentes pueden sentirse presionados a usar estas herramientas para mantenerse competitivos. Según un estudio realizado por la organización Music Ally (2023), más del 60 % de los jóvenes productores encuestados afirmaron sentir que, si no usaban IA, estaban en desventaja. Esto podría llevar a que menos personas se dediquen al aprendizaje profundo del arte musical, reemplazando el conocimiento técnico por soluciones rápidas generadas por algoritmos. La dedicación, la paciencia y el aprendizaje lento corren el riesgo de perder valor frente a la inmediatez.

Por supuesto, no todo es negativo: la IA ha democratizado ciertos procesos y ha abierto puertas a quienes antes no tenían acceso a estudios o equipos. Pero el riesgo de homogeneización es real. El productor y activista cultural Guillermo Santamarina afirmó recientemente que “la IA en la música puede ser útil, pero si se vuelve dominante, perderemos la voz propia que nos distingue como creadores” (Santamarina, 2024). En este sentido, la música

corre el riesgo de estancarse creativamente si se vuelve dependiente de patrones repetitivos generados por algoritmos.

En resumen, el impacto de la inteligencia artificial en la música ya es muy grande: está influenciando la estética de lo que se considera aceptable o exitoso, empujando a los músicos a adaptarse a nuevas presiones tecnológicas y reduciendo la sorpresa estética. Si se quiere que la música siga siendo un espacio auténtico de expresión humana, con variedad, riesgo, emoción e identidad, es urgente reflexionar no solo en cómo usar la IA, sino también en cómo limitar su influencia cuando esta amenaza con despojar la música de su alma.

Metodología

Para este proyecto se eligió un enfoque cuantitativo, ya que el objetivo principal fue obtener datos claros y medibles sobre las percepciones que tienen los jóvenes respecto al impacto de la inteligencia artificial en la música. Este tipo de enfoque permitirá observar tendencias generales sin necesidad de interpretar relatos personales o profundizar en experiencias individuales.

Este estudio empleó un diseño ex post facto de tipo comparativo-causal y correlacional, ya que no se manipularon variables, sino que se analizaron asociaciones entre percepciones, conocimientos y actitudes relacionadas con el uso de la inteligencia artificial en la música. Se aplicará una encuesta estructurada con preguntas cerradas y abiertas, diseñada para medir:

- Conocimiento de herramientas de IA aplicadas a la música.
- Opiniones sobre el impacto en la creatividad y calidad artística.
- Percepción de riesgos (pérdida de empleos, derechos de autor, estandarización sonora).
- Actitudes hacia la regulación del uso de IA en la industria musical.

Las respuestas de la encuesta se organizarán en tablas y gráficas para mostrar de manera clara cuántas personas respondieron a cada opción. Con esto se podrán observar las tendencias principales, como qué tanto conocen los participantes sobre la inteligencia artificial en la música o qué piensan de su uso.

De esta forma, el análisis permitirá tener una idea general de lo que opinan los encuestados y cómo perciben el impacto de la inteligencia artificial en la música en México.

INTERPRETACIÓN DE DATOS

El análisis se realizó con base en 119–122 respuestas recolectadas mediante una encuesta aplicada a jóvenes y adultos. Los resultados permiten identificar percepciones, conocimientos y preocupaciones sobre el uso de la inteligencia artificial (IA) en la música, así como su posible impacto en la industria mexicana.

GRUPO SOCIAL, POBLACIÓN Y MUESTRA

La investigación se llevará a cabo en la Universidad Anáhuac Querétaro, institución educativa de nivel superior reconocida por su formación integral basada en valores humanos y profesionales.

La población de estudio está conformada por 110 alumnos pertenecientes a esta misma universidad, considerados de nivel socioeconómico medio alto, con un rango de edad de 18 a 23 años, durante el periodo agosto - diciembre del ciclo escolar 2025.

La muestra está integrada por estudiantes de sexo femenino y masculino, provenientes de una escuela católica, pertenecientes a las carreras del área creativa, como Comunicación y Dirección de Empresas de Entretenimiento.

1. Frecuencia de contacto con la IA en la música

Los datos muestran que la mayoría rara vez escucha sobre IA aplicada a la música (47.5%), mientras que solo 3% afirma escuchar del tema muy seguido. Esto indica que, aunque la IA es un

fenómeno creciente, aún no forma parte del discurso cotidiano de la mayoría de las personas. La difusión es limitada y el tema sigue siendo relativamente nuevo para el público general.

2. Conocimiento de herramientas de IA musical

En dos preguntas similares se observa un patrón consistente:

- 76.7% y 71.7% respondieron NO conocen herramientas de IA musical.
- Solo alrededor de 23–28% sí están familiarizados.

Esto confirma que el nivel de conocimiento general es bajo, lo que sugiere que el avance tecnológico no siempre va acompañado de información accesible para el público.

3. Percepción de que la IA facilita la composición musical

En una escala del 1 al 5:

- 34.5% cree que la IA facilita mucho la composición.
- 33.6% opina que la facilita de manera *moderada*.
- Solo 10.9% dice que *poco*, y 4–5% que *nada*.

En conjunto, más del 68% considera que la IA sí tiene un papel importante en simplificar o acelerar el proceso creativo. Esto sugiere que la IA es percibida como una herramienta funcional y práctica.

4. Percepción del impacto en el proceso creativo del artista

Sobre si la IA facilita la creatividad:

- 51.7% se mostró *neutral*.
- 33.3% *de acuerdo*.
- 15% *en desacuerdo*.

La neutralidad dominante indica que la opinión pública no tiene una postura clara y aún existe incertidumbre acerca del verdadero impacto creativo de estas herramientas.

5. Calidad artística de la música creada con IA

La respuesta se divide así:

- 31.9% cree que sí puede tener la misma calidad.
- 43.7% cree que no.
- 24.4% no está seguro.

Estos resultados muestran un escepticismo moderado hacia la capacidad artística de la IA, donde casi la mitad de los participantes no la considera equiparable a la creatividad humana.

6. Capacidad de transmitir emociones

Los datos revelan:

- 35.3% dice que sí puede transmitir emociones.
- 26.9% cree que no.
- 37.8% no está seguro.

Esto demuestra que no existe una opinión dominante, pero la mayoría duda o desconoce si la IA puede alcanzar la profundidad emocional del trabajo humano.

7. Posible desplazamiento laboral

Sobre si la IA puede desplazar empleos:

- 51.7% cree que sí.
- 25.8% dice que no.
- 22.5% no sabe.

La mayoría percibe un riesgo real en la automatización y en la sustitución de roles musicales, lo que coincide con los debates actuales de la industria.

8. Impacto general en los artistas

Cuando se pregunta directamente cómo afectará a los artistas:

- 45% opina que “solo será una herramienta, no los reemplazará”.
- 22.5% cree que les dará más opciones.
- 22.5% cree que quitará trabajos.
- 10% considera que no cambiará mucho.

Aquí se observa una visión mayormente positiva o equilibrada: aunque un sector teme la pérdida de empleos, el mayor porcentaje la visualiza como una herramienta complementaria, no sustitutiva.

9. Áreas donde la IA puede ayudar más

Las respuestas se distribuyen de forma balanceada:

- Escribir canciones → 29.4%
- Producir mezclas → 28.6%
- Inventar nuevos sonidos → 26.9%
- Mejorar la voz → 15.1%

Esto sugiere que las personas identifican múltiples aplicaciones útiles de la IA, principalmente en composición y producción.

10. Intención de compra si la obra fue hecha con IA

- 49.2% No cambiaría su intención de compra.
- 31.7% disminuiría algo.
- 13.3% disminuiría mucho.
- Muy pocos aumentarían la compra.

Los datos indican que la IA no afecta negativamente de forma contundente el consumo musical, aunque sí genera una ligera resistencia en un tercio de los encuestados.

11. Urgencia de regulación

La mayoría considera importante regular:

- 35% Urgente
- 25% Muy urgente
- 34.2% Poco urgente
- 5% Nada urgente

Esto indica una clara percepción de riesgo legal, ético y económico, y una demanda social de marcos normativos.

12. Frecuencia de consumo musical

La población encuestada escucha música con mucha regularidad:

- 45% todos los días.

- 40.8% varias veces al día.
- Solo un 1–2% casi nunca.

Esto es importante porque significa que el grupo encuestado sí está expuesto activamente a contenidos musicales, lo cual valida sus opiniones sobre la IA.

13. Datos sociodemográficos

- Sexo: 50.8% mujeres, 46.7% hombres.
- Edad: Mayor concentración entre 18 y 20 años (el 40% del total).

Esto muestra que la mayoría de encuestados son jóvenes, un grupo que suele estar más familiarizado con tecnología y tendencias digitales.

Instrumento y evidencia de recopilación de la información

Encuesta

Método cuantitativo: Encuestas o análisis de estadísticas

1. Edad: ____

2. Sexo:

- ☐ Mujer
- ☐ Hombre
- ☐ Otro
- ☐ Prefiero no decir

3. ¿Qué tan frecuentemente escuchas música?

- a) Nunca o casi nunca
- b) Una vez a la semana o menos
- c) Algunas veces a la semana
- d) Todos los días
- e) Varias veces al día

4. ¿Conoces alguna herramienta de inteligencia artificial especializada en composición o producción musical?

- a) Sí ¿cuál? _____
- b) No

5. ¿Que tan de acuerdo estas en que el uso de IA facilite el proceso creativo de los artistas musicales?

- a) De acuerdo
- b) Neutral
- c) En desacuerdo

6. ¿Crees que la música creada con apoyo de una IA puede tener la misma calidad artística que una generada 100% por humanos?

- a) Sí
- b) No
- c) No estoy seguro/a

7. ¿Qué tan urgente cree que es establecer regulaciones sobre IA en la industria musical?

- a) Muy urgente
- b) Urgente
- c) Poco urgente
- d) Nada urgente

8. ¿Crees que tu intención de compra cambie si descubres que la obra fue hecha con Inteligencia Artificial?

- a) Disminuiría mucho
- b) Disminuiría algo
- c) No cambiaría
- d) Aumentaría algo
- e) Aumentaría mucho

9. En una escala del 1 (nada) al 5 (totalmente), ¿qué tanto cree que la IA facilita la composición musical?

- a) Nada
- b) Poco
- c) Moderado
- d) Mucho
- e) Totalmente

10. ¿Conoce usted alguna herramienta de inteligencia artificial aplicada a la música?

- A) Sí ¿cuál? _____
- B) No

11. ¿Cree que la música hecha con IA puede transmitir emociones de manera efectiva?

- a) Sí. ¿Cuáles? _____
- b) No
- c) No estoy seguro

12. ¿Considera que la IA en la música puede desplazar empleos en México?

- a) Sí
- b) No
- c) No sé

13. ¿En qué crees que la IA puede ayudar más dentro de la música?

- a) Para escribir canciones
- b) Para producir mezclas
- c) Para inventar nuevos sonidos
- d) Para mejorar la voz del artista

14. ¿Con que frecuencia escuchas acerca de la IA en la música?

- a) Muy seguido
- b) Algunas veces
- c) Rara vez
- d) Nunca

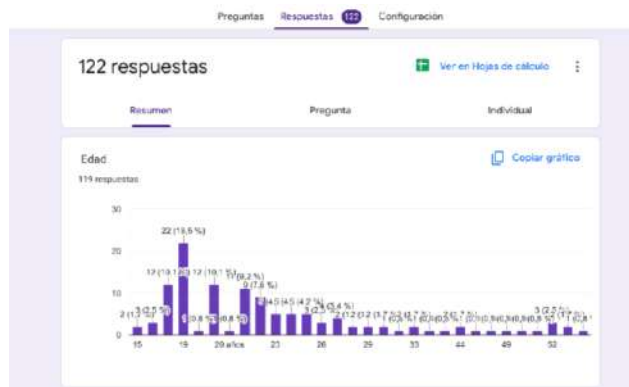
15. ¿Cómo crees que la IA puede afectar a los artistas?

- a) Les dará más opciones
- b) Solo será una herramienta extra, no los reemplazará
- c) Quitará trabajos a músicos
- d) No cambiará muchas cosas

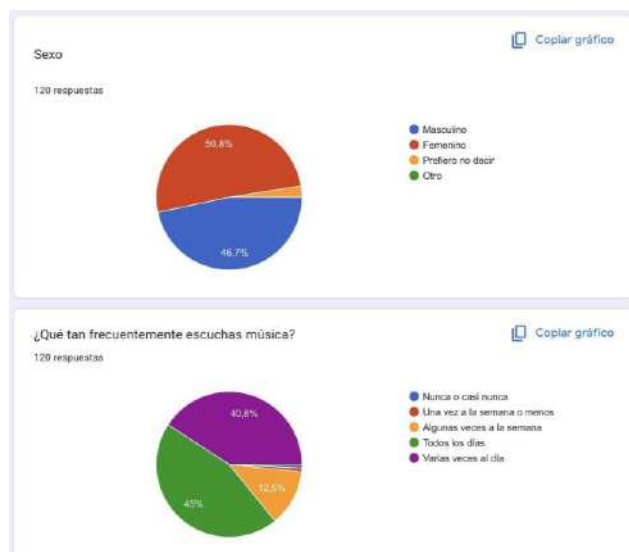
16. ¿Qué tan positivo consideras el uso de la IA en la música para el futuro?

- a) Muy positivo, trae muchos beneficios
- b) Algo positivo, aunque con limitaciones
- c) Poco positivo, puede causar problemas
- d) Nada positivo, no debería usarse

Figura 1.



Figuras 2a y 2b.



Figuras 3a y 3b.

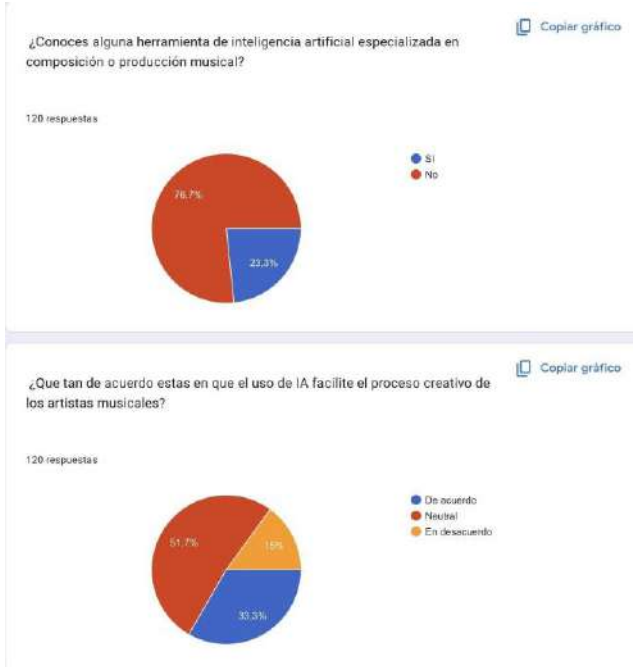


Figura 4.

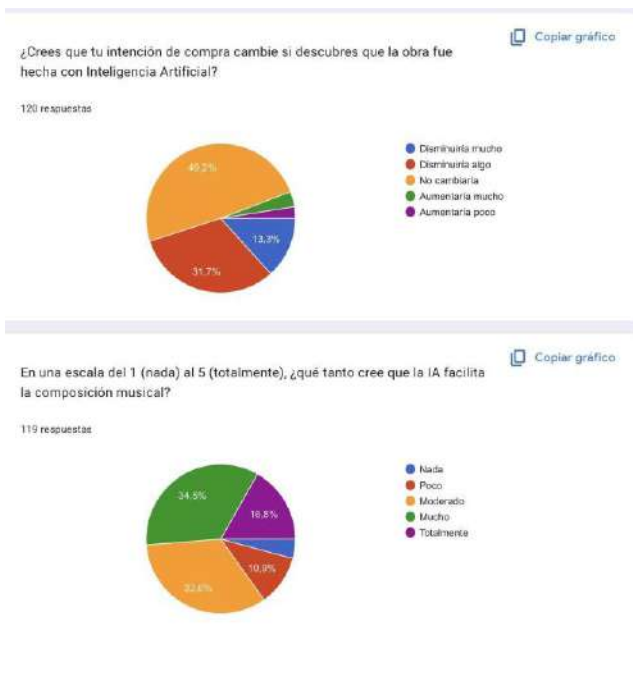


Figura 5 y 6.

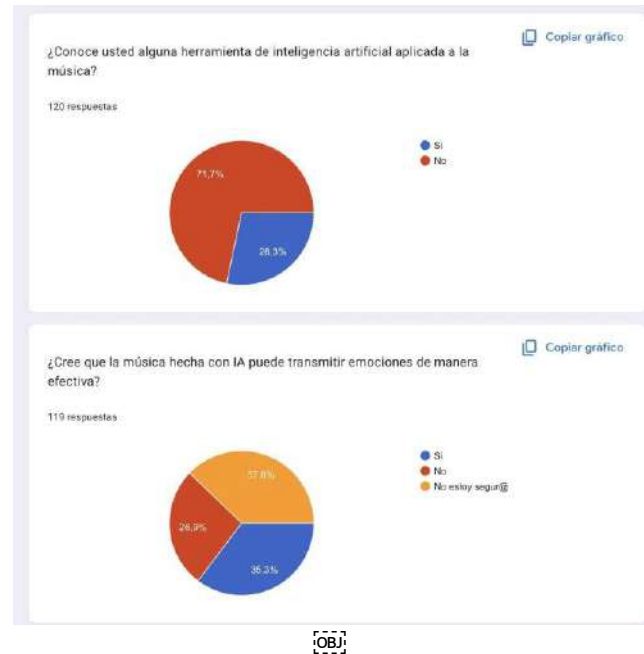
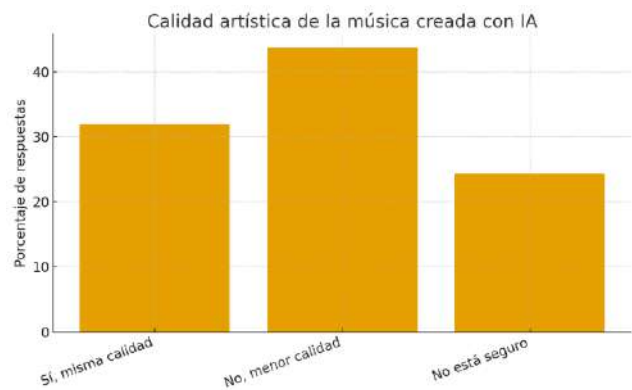
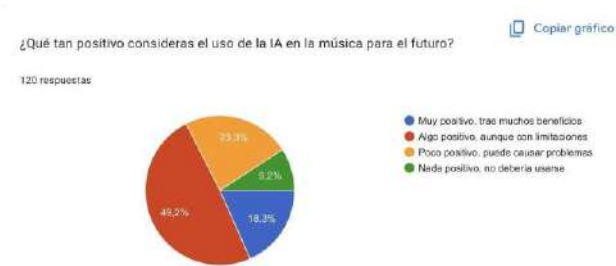


Figura 7



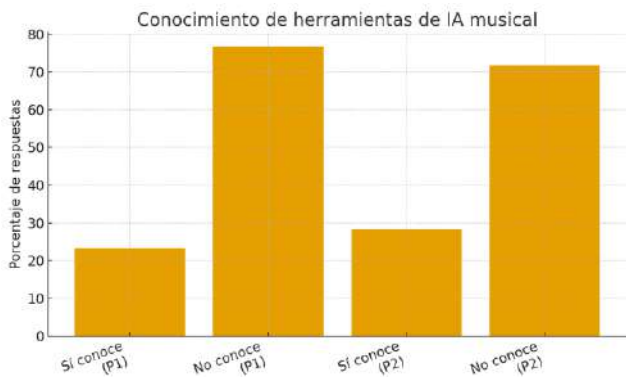
Figura 8



Fuente: Elaboración propia (2025).

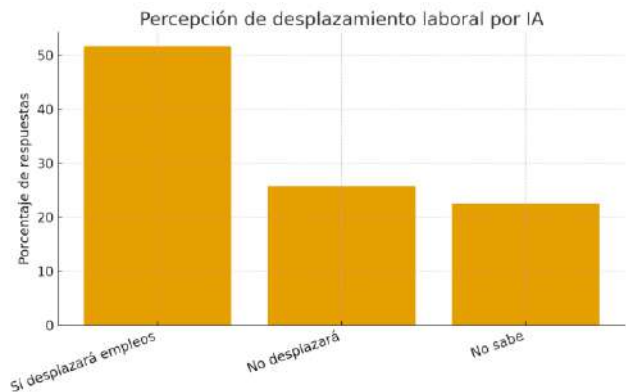
Gráficas:

Figura 9.
Conocimiento de herramientas de IA musical



Fuente: Elaboración propia (2025).

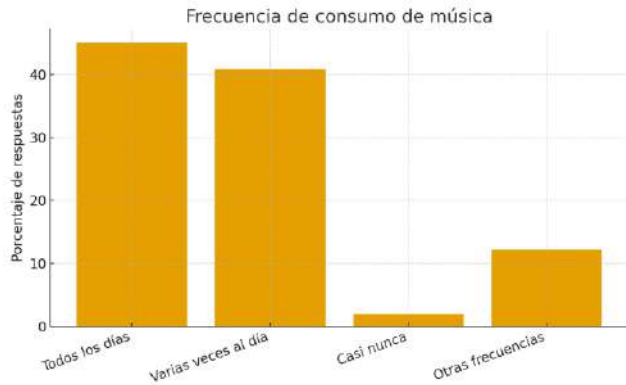
Figura 11.
Percepción del desplazamiento laboral por IA



Fuente: Elaboración propia (2025).

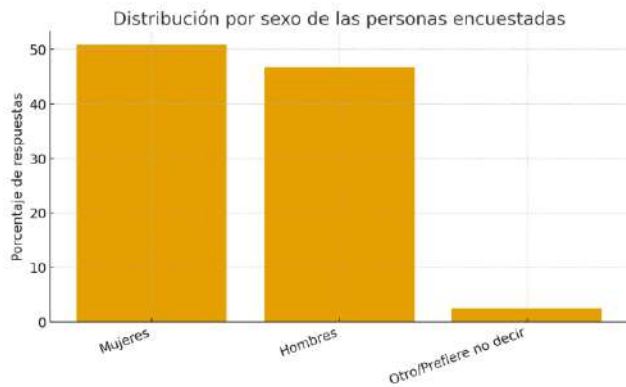
Figura 12.
Frecuencia de consumo de música

Figura 10.
Percepción de la calidad artística de la música creada con IA



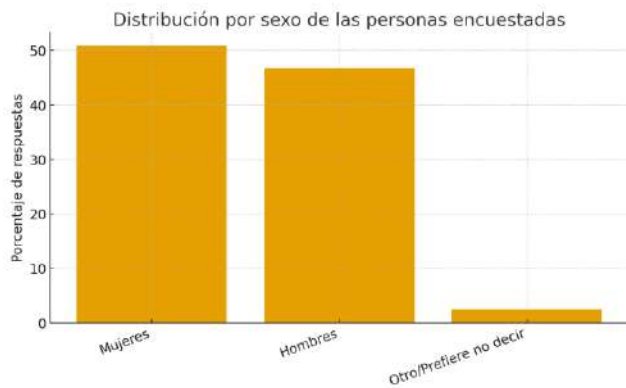
Fuente: Elaboración propia (2025).

Figura 13.
Distribución por sexo de las personas encuestadas (primer conjunto)



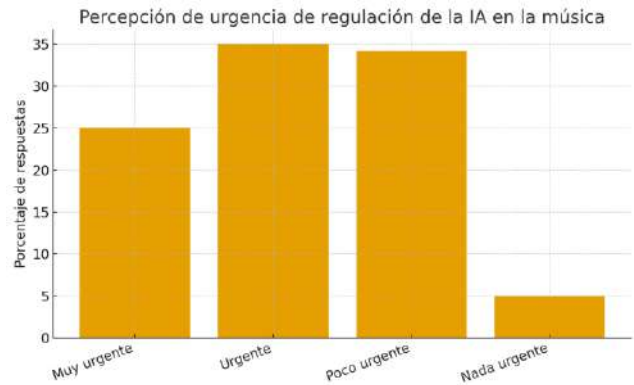
Fuente: Elaboración propia (2025).

Figura 14.
Distribución por sexo de las personas encuestadas (segundo conjunto)



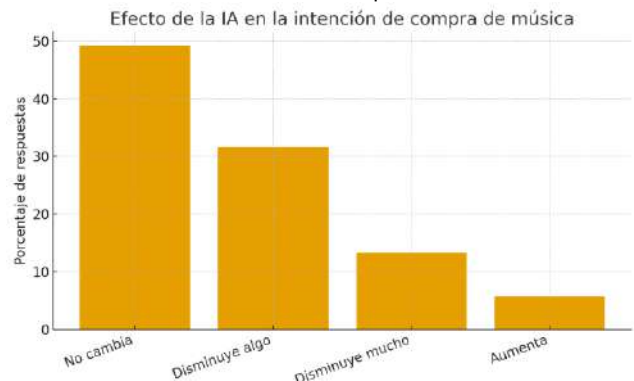
Fuente: Elaboración propia (2025).

Figura 15.
Percepción de urgencia de regulación de la IA en la música



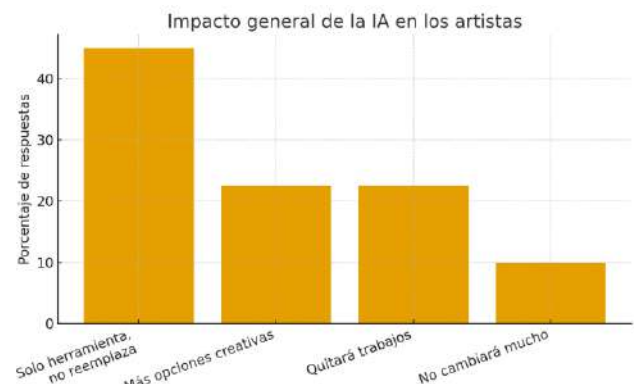
Fuente: Elaboración propia (2025).

Figura 16.
Efecto de la IA en la intención de compra de música



Fuente: Elaboración propia (2025).

Figura 17.
Percepción del impacto general de la IA en los artistas



Fuente: Elaboración propia (2025).

Conclusión general del análisis

Los resultados muestran que la población reconoce las ventajas de la IA para facilitar la creación musical, pero al mismo tiempo mantiene dudas y preocupaciones sobre su impacto en la calidad artística y en los empleos creativos.

Existe un alto desconocimiento sobre herramientas especializadas, pero aun así las personas consideran que la IA tiene potencial, sobre todo para acelerar procesos como composición y mezcla. Sin embargo, persiste el escepticismo respecto a su capacidad emocional y su influencia a largo plazo en la industria.

Finalmente, hay una demanda clara de regulación, lo que indica que el público identifica riesgos que deben ser atendidos antes de que la IA transforme completamente el panorama musical en México.

Hipótesis

El uso de la inteligencia artificial en la composición y producción musical en México está transformando la manera en que las personas crean, interpretan y se relacionan con la música. Esta tecnología ha abierto nuevas oportunidades para experimentar, reducir costos y facilitar el acceso a herramientas creativas que antes eran exclusivas de unos pocos. Gracias a ella, más artistas pueden materializar sus ideas y explorar sonidos que antes parecían imposibles.

Sin embargo, este mismo avance también plantea retos importantes. La automatización de procesos puede hacer que la música pierda parte de su esencia humana: aquella emoción, historia y autenticidad que sólo surgen de la experiencia personal del creador. Además, la falta de regulación sobre el uso de voces, estilos o composiciones generadas por IA podría afectar el reconocimiento del trabajo artístico y la diversidad cultural que caracteriza a la música mexicana.

Por ello, se considera que el verdadero impacto de la inteligencia artificial dependerá de cómo se utilice. Si se integra de manera ética, con

conciencia artística y respeto por la identidad cultural, puede convertirse en una aliada del talento humano; pero si se usa sin límites ni reflexión, podría contribuir a la estandarización sonora y a la pérdida de la conexión emocional que la música genera entre artistas y oyentes.

Conclusión

La inteligencia artificial está revolucionando la producción y composición musical en México al brindar herramientas que simplifican la creación, disminuyen los gastos y expanden las opciones sonoras. No obstante, también supone grandes riesgos, como el conflicto sobre los derechos de autor, la estandarización de estilos y la pérdida de puestos laborales. Es indispensable que el uso de la industria musical esté regulado y se fomente una integración responsable para que esta progrese de manera equilibrada, manteniendo la identidad cultural del país y la creatividad humana. Definitivamente la inteligencia artificial (IA) está revolucionando la composición y producción musical en México, ofreciendo beneficios claros como la simplificación de la creación, la reducción de costos, la optimización de recursos, la innovación sonora y la democratización del acceso a las herramientas de producción.

Bibliografía

- Automating generative deep learning for artistic purposes: Challenges and opportunities. (2021). arXiv. <https://arxiv.org/abs/2107.01858>
- Beltrán Miranda, M., & Rosales Peña Alfaro, C. A. (2025). Invenciones y disrupciones de la inteligencia artificial en la creación musical. *Hartes*, 6(11), 69–90. <https://revistas.uaq.mx/index.php/hartes/article/view/1661>
- Berns, S., Broad, T., Guckelsberger, C., & Colton, S. (2021). Creative autonomy in artificial intelligence. *Artificial Intelligence and the Arts*. <https://arxiv.org/abs/2107.01858>
- Boden, M. A. (2018). *Artificial Intelligence: A Very Short Introduction*. Oxford University Press. <https://lab.elmundo.es/inteligencia-artificial/margaret-boden.html>
- Boden, M. A. (2001). Creativity and artificial intelligence. *Artificial Intelligence*, 103(1–2), 347–356. <https://philpapers.org/rec/BODCAA-6>

- Daniel. (2025, junio 7). Inteligencia artificial: definición, historia, usos, peligros. DataScientest. <https://datascientest.com/es/inteligencia-artificial-definicion>
- Diario La Nación. (s. f.). El impacto revolucionario de la IA en la industria creativa y cultural mexicana. <https://lanacionweb.com/tecnologia/el-impacto-revolucionario-de-la-ia-en-la-industria-creativa-y-cultural-mexicana/>
- Forbes México. (2023, 20 septiembre). Impacto de la IA en la música: Estudio estima pérdidas de casi 2700 mdd hasta 2028. <https://www.forbes.com.mx/impacto-de-la-ia-en-la-musica-estudio-estima-perdidas-de-casi-2700-mdd-hasta-2028/>
- Forbes México Staff. (2024, 15 marzo). Impacto de la IA en la música: estudio estima pérdidas de casi 2,700 mdd hasta 2028. <https://forbes.com.mx/impacto-de-la-ia-en-la-musica-estudio-estima-perdidas-de-casi-2700-mdd-hasta-2028/>
- García, S. (2025, 19 junio). Cómo la IA está transformando la industria musical. MIOTI. <https://miot.es/es/blog-como-la-ia-esta-transformando-la-industria-musical/>
- INDAUTOR – Secretaría de Cultura. (2025, 16 julio). INDAUTOR y artistas de la voz sostienen la primera reunión sobre el uso de la inteligencia artificial. <https://www.gob.mx/cultura/prensa/indautor-y-artistas-de-la-voz-sostienen-la-primer-reunion-sobre-el-uso-de-la-inteligencia-artificial>
- Méndez Cota, G. (2024). ¿Creatividad computacional o inteligencia artificial creativa? Sobre el libro-performance de Mark Amerika en coautoría con GPT-2. *Virtualis*, 15(28), 73–96. <https://doi.org/10.46530/virtualis.v15i28.453>
- Paz, L. (2024). Música e inteligencia artificial: Nuevas posibilidades creativas. *UNAM Internacional*. <https://revista.unaminternacional.unam.mx/nota/6/musica-e-inteligencia-artificial-nuevas-posibilidades-creativas>
- Ros-Fábregas, E. (2023). Musicología en la era de la inteligencia artificial (IA). *Anuario Musical*, 78, 9–20. <https://anuariomusical.revistas.csic.es/index.php/anuariomusical/article/view/302>
- Santamarina, G. (2024). La inteligencia artificial y la transformación de las expresiones artísticas. *Uru: Revista de Comunicación y Cultura*, 5(2), 45–60. <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/uru/article/view/4866>
- Staff, F. (2024, 10 septiembre). Cómo la industria musical entrena a la IA generativa y apuntala sus estrategias comerciales. *Forbes México*. <https://forbes.com.mx/como-la-industria-musical-entrena-a-la-ia-generativa-y-apuntala-sus-estrategias-comerciales/>
- UNAM Global. (2024, 18 julio). Inteligencia artificial transforma el arte y redefine la creatividad. *UNAM Global*.

https://unamglobal.unam.mx/global_revista/inteligencia-artificial-transforma-el-arte-y-redefine-la-creatividad/

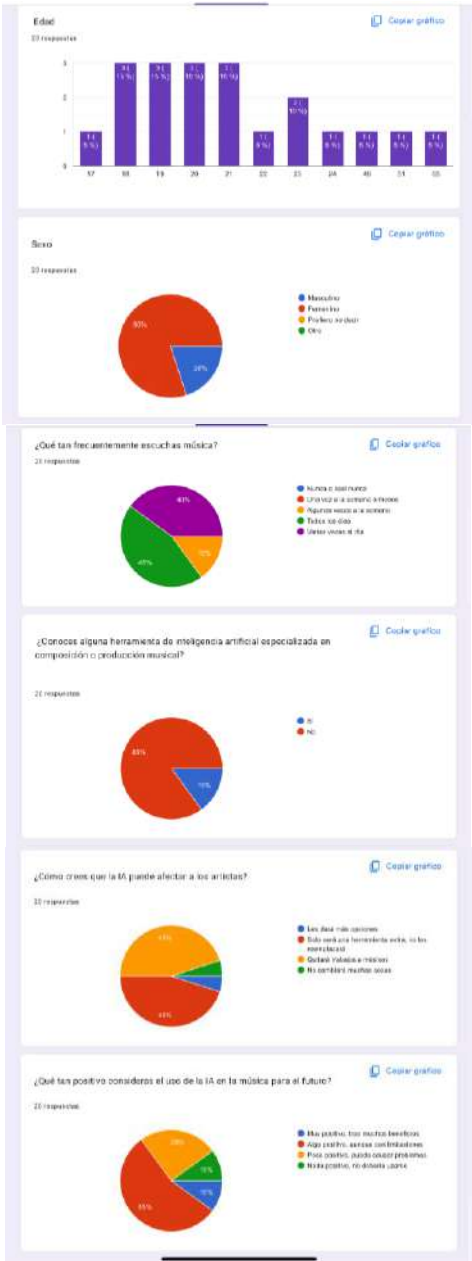
- Vanka, S. S., Safi, M., Rolland, J.-B., & Fazekas, G. (2023). Adoption of AI technology in the music mixing workflow: An investigation. *arXiv*. <https://arxiv.org/abs/2305.01963>

- Villegas, A. (2023). Evolución de la inteligencia artificial (IA). <https://adrianvillegasd.com/breve-historia-de-la-evolucion-de-la-inteligencia-artificial/>

Artículos

- La Nación. (2025, 9 de febrero). *El impacto revolucionario de la IA en la industria creativa y cultural mexicana*. *Diario La Nación*. <https://lanacionweb.com/tecnologia/el-impacto-revolucionario-de-la-ia-en-la-industria-creativa-y-cultural-mexicana/>
- Rosales Peña Alfaro, C. A. (2023). Tecnologías digitales, inteligencia artificial, y biotecnologías en la composición musical. *Transdigital: Tecnocultura y Sociedad Digital*, 4(8), 1–12. <https://doi.org/10.56162/transdigital212>
- Beltrán Miranda, M., & Rosales Peña Alfaro, C. A. (2025). *Invencciones y disrupciones de la inteligencia artificial en la creación musical*. *HArtes*, 6(11), 69-90. <https://revistas.uaq.mx/index.php/hartes/article/view/1661/1598>
- Automating Generative Deep Learning for Artistic Purposes: Challenges and Opportunities* — versión preprint en arXiv: <https://arxiv.org/abs/2107.01858>
- UNAM Global. (2024, 18 de julio). Inteligencia artificial transforma el arte y redefine la creatividad. *UNAM Global*. https://unamglobal.unam.mx/global_revista/inteligencia-artificial-transforma-el-arte-y-redefine-la-creatividad/

Respuestas e interpretaciones de las encuestas realizadas



Anexo de fichas analíticas

Ficha 1

Ficha 2

Título	Evolución y auge de la Inteligencia Artificial
Autor(es)	Daniel, R.

Título	Inteligencia artificial (IA): entrevista a Margaret Boden EL MUNDO
Autor(es)	Margaret A. Boden
Concepto	Inteligencia artificial
Teoría y cita	Este texto habla de cómo Boden considera la IA como una herramienta poderosa que puede usarse para el bien o para el mal. Aunque cree que la IA no alcanzará la "sabiduría" humana (que implica experiencia y memoria), destaca que ya ha logrado avances sorprendentes en campos que se creían exclusivamente humanos, como el arte y la creatividad. Su principal contribución es su teoría de la creatividad computacional, donde clasifica la creatividad en tres tipos (combinatoria, exploratoria y transformacional), argumentando que las máquinas pueden exhibir estas formas de pensamiento creativo. En sí, para Boden, la IA es una herramienta que no solo imita la inteligencia humana, sino que también nos ayuda a comprender mejor nuestra propia mente y creatividad.
Bibliografía	Boden, M. A. (2018). Artificial Intelligence: A Very Short Introduction. Oxford University Press. https://lab.elmundo.es/inteligencia-artificial/margaret-boden.html
Nota	Este trabajo se basa en la entrevista realizada a la experta en inteligencia artificial y creatividad, Margaret Boden. Por lo tanto, los temas que ya abordamos reflejan su punto de vista y sus propias palabras, tal como se documentan en el artículo

Concepto	La inteligencia artificial ha pasado por etapas de avances y retrocesos, desde los primeros programas como ELIZA y MYCIN, hasta llegar a ser una tecnología clave en el siglo XXI gracias al cómputo avanzado, y grandes volúmenes de datos.
Teoría y Cita	En 1997, la supercomputadora Deep Blue de IBM derrotó al campeón mundial de ajedrez Garry Kasparov, mostrando el potencial de la IA para enfrentar problemas de gran dificultad. El verdadero auge fue en el siglo XXI gracias a tres factores: el aumento de la capacidad de cómputo, la disponibilidad de grandes volúmenes de datos y el desarrollo de nuevos algoritmos

Bibliografía	Daniel. (2025, 7 junio). Inteligencia artificial: definición, historia, usos, peligros. DataScientest. https://datascientest.com/es/inteligencia-artificial-definicion#:~:text=La%2520historia%2520de%2520la%2520inteligencia%2520artificial%2520comenz%C3%B3%2520en%25201943%2520con,creaci%C3%B3n%2520de%2520una%2520red%2520neuronal.
Nota	La IA no solo es un fenómeno tecnológico, sino también social, ya que sus avances se integran en la vida cotidiana y transforman la manera en que interactuamos con el mundo.

Ficha 3

Título	Aplicaciones y retos de la Inteligencia Artificial
Autor(es)	Robert L.
Concepto	Aplicaciones de la inteligencia artificial en la vida cotidiana de los seres humanos además de su objetivo de buscar el uso de superar la forma en la que los humanos resolvemos problemas.
Teoría y Cita	El aprendizaje automático permite que las máquinas aprendan de la experiencia, el procesamiento del lenguaje natural facilita la interacción con humanos, y la visión por computadora les permite “ver” y analizar imágenes. La IA impacta la salud, la agricultura, el transporte y el medio ambiente, pero también plantea desafíos éticos sobre privacidad y responsabilidad en su uso.
Bibliografía	Robert, L. 2024. ¿Qué aplicaciones tiene la Inteligencia Artificial? Telefónica. https://www.telefonica.com/es/sala-comunicacion/blog/aplicaciones-tiene-inteligencia-artificial/
Nota	La IA está transformando sectores como la salud, la agricultura y el medio ambiente, pero al mismo tiempo plantea retos importantes relacionados con la privacidad, el uso de datos y la ética en su aplicación.

Ficha 4

Título	Breve historia de la evolución de la inteligencia artificial
Autor(es)	Adrian Villegas Dianta

Concepto	Mente artificial en máquinas
Teoría y Cita	La inteligencia artificial (IA) es una rama de la informática que se dedica a crear algoritmos y sistemas que pueden realizar tareas que normalmente requieren inteligencia humana. Su base principal es el aprendizaje automático, una técnica que permite a los sistemas aprender de forma autónoma a partir de datos y experiencias, identificando patrones y tendencias. El artículo menciona conceptos clave como la Prueba de Turing, que busca determinar si una máquina puede conversar como un humano sin ser detectada, y las redes neuronales artificiales, que imitan la forma en que funciona el cerebro humano para procesar información.
Bibliografía	Villegas, A. (2023). Evolución de la inteligencia artificial (IA) https://adrianvillegasd.com/breve-historia-de-la-evolucion-de-la-inteligencia-artificial/
Nota	Este texto define la IA y describe las teorías principales que la han impulsado.

Ficha 5

Título	Cómo la industria musical entrena a la IA generativa y apuntala sus estrategias comerciales
Autor(es)	Forbes (con información de EFE), septiembre 2024
Concepto	La inteligencia artificial generativa ha irrumpido con fuerza en el ámbito musical, facilitando la creación íntegra de temas, voces e incluso estilos, todo ello gracias al análisis de extensas bases de datos, abriendo así interrogantes sobre la autoría, las tácticas de negocio y los criterios éticos.
Teoría y cita	La explosión de la IA generativa ha complicado enormemente la tarea de diferenciar una melodía creada por una persona de una compuesta por un algoritmo, y esta novedosa tesitura en el panorama musical plantea desafíos inéditos para el sector y propicia el desarrollo de variadas tácticas empresariales.
Bibliografía	Staff, F. (2024, 10 septiembre). Cómo la industria musical entrena a la IA generativa y apuntala sus estrategias comerciales. Forbes México. https://forbes.com.mx/como-la-industria-musical-

	entrena-a-la-ia-generativa-y-apuntala-sus-estrategias-comerciales/
Nota	Explica cómo las plataformas entrenan modelos con música existente, los ejemplos de Suno y Udio, y el impacto legal y comercial en la industria.

Ficha 6

Título	Cómo la IA está transformando la industria musical
Autor(es)	CISAC / PMP Strategy, mayo 2025
Concepto	La inteligencia artificial está revolucionando el mundo de la música, desde cómo se crea hasta cómo llega al público, abriendo un abanico de posibilidades, pero también planteando retos importantes para los artistas, como la amenaza a sus ingresos y la urgencia de establecer normas claras.
Teoría y cita	La inteligencia artificial (IA) está cambiando radicalmente los sectores creativos, en particular la música y el audiovisual. Un análisis reciente preparado por la CISAC, a cargo de PMP Strategy, muestra que la IA Generativa está dibujando un nuevo mapa económico, lo cual abre puertas, pero también plantea retos importantes.
Bibliografía	García, S. (2025, 19 junio). Cómo la IA está transformando la industria musical. MIOTI. https://mioti.es/es/blog-como-la-ia-esta-transformando-la-industria-musical/#:~:text=La%20IA%20ha%20revolucionado%20la,generar%20composiciones%20musicales%20completamente%20nuevas.
Nota	CISAC / PMP Strategy. (2025, mayo). <i>Cómo la IA está transformando la industria musical</i> . Nota: Destaca las cifras proyectadas al 2028, el uso de algoritmos en streaming, los retos en derechos de autor y el llamado a regulación.

Ficha 7

Título	INDAUTOR y artistas de la voz sostienen la primera reunión sobre el uso de la Inteligencia Artificial
Autor(es)	Secretaría de Cultura, 16 de julio de 2025

Concepto	El INDAUTOR se juntó con varios artistas vocales para charlar sobre los desafíos y sugerencias acerca de cómo la IA está siendo utilizada en los sectores creativos de México, principalmente enfocándose en asegurar los derechos de los que interpretan y en normar el uso de las voces.
Teoría y cita	"Buscamos ser constructivos, poniendo a las personas en el centro. No negamos la presencia ni el papel de la IA, simplemente creemos que debe complementarse con el toque humano, tal como nuestras leyes aquí en México, que priorizan a las personas; eso es precisamente lo que queremos impulsar" (Secretaría de Cultura, 16 de julio de 2025).
Bibliografía	De Cultura, S. (s. f.). INDAUTOR y ARTISTAS DE LA VOZ SOSTIENEN LA PRIMERA REUNIÓN SOBRE EL USO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL. gob.mx. https://www.gob.mx/cultura/prensa/indautor-y-artistas-de-la-voz-sostienen-la-primera-reunion-sobre-el-uso-de-la-inteligencia-artificial?state=published#:~:text=Documentos-,INDAUTOR%20Y%20ARTISTAS%20DE%20LA%20VOZ%20SOSTIENEN%20LA%20PRIMERA%20REUNION%20SOBRE%20EL%20USO%20DE%20LA%20INTELIGENCIA%20ARTIFICIAL&text=La%20sesi%C3%B3n%20que%20se%20llevar%C3%B3,Abraham%20Goldsmith%2DSecretar%C3%ADa%20de%20Cultura.
Nota	Sirve para ilustrar iniciativas locales en México sobre regulación de IA en música, los cuatro ejes de consentimiento, control, crédito y compensación, y la proactividad del gobierno en la materia.

Ficha 8

Título	Música e inteligencia artificial. Nuevas posibilidades creativas
Autor(es)	Iván Paz, 29 de febrero de 2024
Concepto	Con la inteligencia artificial, es posible componer melodías y efectos auditivos que serían complicados de producir manualmente; abarca desde la ejecución musical hasta el diseño de instrumentos digitales, impulsando así el ingenio artístico humano.
Teoría y cita	La idea detrás de estos casos prácticos es mostrar cómo las herramientas de la inteligencia

	artificial pueden participar, tanto en la generación del sonido en sí como en la gestión más compleja de una obra musical, abriendo así la puerta a un tipo de producción musical que, sin ellas, sería casi imposible de alcanzar (Paz, 2024).
Bibliografía	De la Cruz, U.-. D.-. (s. f.). Música e inteligencia artificial. Nuevas posibilidades creativas. https://revista.unaminternacional.unam.mx/nota/6/musica-e-inteligencia-artificial-nuevas-posibilidades-creativas
Nota	Nota: Úsalo para explicar la relación histórica de la IA con la música, los instrumentos algorítmicos, y la distinción entre IA que sustituye y la que amplía capacidades humanas.

Ficha 9

Título	Inteligencia artificial: transforma el arte y redefine la creatividad
Autor(es)	Ricardo Martínez
Concepto	Percepción de la creatividad con el uso de IA
Teoría y cita	El texto habla sobre cómo la Inteligencia Artificial es una herramienta muy eficaz, capaz de crear obras en cuestión de segundos y agilizar procesos que en la creación de una obra normalmente son muy tardados. A su vez se habla sobre cómo la IA al final está hecha de algoritmos y reproducir patrones ya existentes, sin esa esencia humana que caracteriza a la creatividad Coronel (2024) señala que “La IA tiene la capacidad de procesar grandes volúmenes de datos y realizar tareas repetitivas de manera eficiente, esto permite que los artistas enfoquen su creatividad en las partes más conceptuales de la obra, sin verse absorbidos por procesos técnicos que, aunque necesarios, suelen consumir gran parte del tiempo y esfuerzo” (párr. 6).
Bibliografía	Martínez, R. (2024, 15 de noviembre). Inteligencia artificial: transforma el arte y redefine la creatividad. UNAM Global. https://unamglobal.unam.mx/global_revista/inteligencia-artificial-transforma-el-arte-y-redefine-la-creatividad/
Nota	La presente cita se utilizará para complementar la información alrededor de la Inteligencia Artificial y su relación con la

	creatividad
--	-------------

Ficha 10

Título	¿Creatividad computacional o inteligencia artificial creativa?
Autor(es)	Gabriela Méndez Cota
Concepto	Se contrastan las dos búsquedas de la creatividad en el arte con inteligencia artificial
Teoría y cita	El texto habla sobre búsquedas de la creatividad computacional y del arte generativo en la industria tecnológica, y la búsqueda de una concepción más relacional, procesual y múltiple En la actualidad, la inteligencia artificial (IA) constituye la herramienta más disruptiva: no sueña ni siente, pero procesa enormes volúmenes de datos y produce imágenes, textos o sonidos que el ser humano puede reinterpretar y transformar en segundos (Cota, 2024).
Bibliografía	Méndez Cota, G. (2024). <i>¿Creatividad computacional o inteligencia artificial creativa? Sobre el libro-performance de Mark Amerika en co-autoría con GPT-2. Virtualis</i> , 15(28), 73-96. https://doi.org/10.46530/virtualis.v15i28.453
Nota	La presente cita se utilizará para complementar la información alrededor de la Inteligencia Artificial y su relación con la creatividad

Ficha 11

Título	Automating Generative Deep Learning for Artistic Purposes: Challenges and Opportunities
Autor(es)	Sebastian Berns, Terence Broad, Christian Guckelsberger, Simon Colton
Concepto	Analizan cómo la inteligencia artificial y las nuevas tecnologías pueden enriquecer y transformar el campo de las artes
Teoría y cita	El texto analiza los riesgos y dificultades que conlleva la implementación de nuevas tecnologías Desde los estudios de creatividad computacional, se sostiene que los sistemas algorítmicos no solo ejecutan operaciones, sino que pueden alcanzar grados de autonomía creativa, siempre que se diseñen

	con métricas de desviación estilística e innovación (Berns, Broad, Guckelsberger & Colton, 2021)
Bibliografía	<i>Automating Generative Deep Learning for Artistic Purposes: Challenges and Opportunities</i> versión preprint en arXiv: https://arxiv.org/abs/2107.01858
Nota	La presente cita se utilizará para complementar la información alrededor de la Inteligencia Artificial y su relación con la creatividad

Ficha 12

Título	La inteligencia artificial y la transformación de las expresiones artísticas
Autor(es)	Francisco Ortiz Arroba
Concepto	Analizan la intersección entre la inteligencia artificial y las expresiones artísticas, y la transformación en el contexto actual que esta herramienta cambia
Teoría y cita	El texto analiza la IA ha impactado en la producción y apreciación del arte en diversas disciplinas artísticas No obstante, también plantea debates sobre autoría y derechos de autor, pues la propiedad intelectual de obras creadas con datasets masivos resulta difícil de delimitar (Ortiz Arroba, 2024).
Bibliografía	“La inteligencia artificial y la transformación de las expresiones artísticas” — Uru: Revista de Comunicación y Cultura. https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/uru/article/view/4866
Nota	La presente cita se utilizará para complementar la información alrededor de la Inteligencia Artificial y su relación con la creatividad

Ficha 13

Título	Impacto de la IA en la música: Estudio estima pérdidas de casi 2,700 mdd hasta 2028
--------	---

Autor(es)	Forbes México Staff
Concepto	Impacto económico de la inteligencia artificial en la industria musical
Teoría y Cita	Según Forbes México (2024), un estudio internacional estima que la música generada con inteligencia artificial podría ocasionar pérdidas globales de casi 2,700 millones de dólares hacia 2028. Estas cifras reflejan la preocupación de artistas, sellos ni discográficos y entidades de gestión colectiva, ya que la automatización y proliferación de contenidos creados por IA representan un desafío para la sostenibilidad de la industria musical tradicional.
Bibliografía	Forbes México Staff. (15 de marzo de 2024). <i>Impacto de la IA en la música: estudio estima pérdidas de casi 2,700 mdd hasta 2028</i> . Forbes México. https://forbes.com.mx/impacto-de-la-ia-en-la-musica-estudio-estima-perdidas-de-casi-2700-mdd-hasta-2028
Nota	Esta cita se utilizará para las Definiciones Conceptuales de la Variable Dependiente, específicamente sobre el impacto económico de la IA en la industria musical.

Ficha 14

Título	Transformación de la producción musical con inteligencia artificial en México
Autor(es)	David Kushner (2023)
Concepto	Uso de herramientas de IA para composición, mezcla y masterización en la industria musical mexicana.
Teoría y Cita	La automatización de procesos como la composición, la mezcla o la masterización se ha vuelto cada vez más común gracias al desarrollo de modelos generativos y herramientas inteligentes. Esto ha permitido que el país se inserte activamente en una transformación global de la música.”
Bibliografía	Beltrán Miranda, M., & Rosales Peña Alfaro, C. A. (2025). <i>Invencciones y disrupciones de la inteligencia artificial en la creación musical</i> . HArtes, Revista de la UAQ. https://www.fermatta.edu.mx/post/la-revoluci%C3%B3n-de-la-inteligencia-artificial-

	en-la-m%C3%BAsica-creaci%C3%B3n-y-transformaci%C3%B3n
Nota	Útil para la variable Uso de IA en la creación musical. Explica cómo la tecnología ha facilitado el acceso a procesos antes costosos y ha acelerado la producción.

Ficha 15

Título	Music and Artificial Intelligence: Artistic Trends
Autor(es)	Jordi Pons, Zack Zukowski, Julian D. Parker, C. J. Carr, Josiah Taylor, Zach Evans
Concepto	Tendencias artísticas globales de uso de IA en música (composición, co-creación, diseño sonoro, performance)
Teoría y Cita	En este estudio se analizaron 337 obras musicales con uso de IA y las clasificaron por tipo (composición automática, co-composición, diseño de sonido, generación de letras, etc.). Se concluye que la IA ya se está empleando como herramienta co-creativa, medio artístico y en presentaciones en vivo.
Bibliografía	Pons, J., Zukowski, Z. D., Parker, J. D., Carr, C. J., Taylor, J., & Evans, Z. (2025). <i>Music and Artificial Intelligence: Artistic Trends</i> . arXiv preprint. https://arxiv.org/abs/2508.11694?utm_source
Nota	Esta ficha te ayudará para comparar prácticas mexicanas con las tendencias globales y para respaldar que el uso de IA en música no es aislado.

Ficha 16

Título	Impacto de la IA en la creatividad y la autenticidad artística
Autor(es)	Kushner, D. (2023); Ávila, A. (2024); Herndon, H. (2022); Santamarina, G. (2024)
Concepto	Riesgo de homogeneización y pérdida de la singularidad creativa debido al uso excesivo de IA.
Teoría y Cita	El peligro no es que la IA cree música mala, sino que cree demasiada música buena que suene igual a todo lo demás" (Kushner, 2023). "La música antes era una conversación

	humana, no un producto automático" (Ávila, 2024).
Bibliografía	Kushner, D. (2023). Artículo sobre música generada por IA. Ávila, A. (2024). Entrevista sobre la creatividad en la música. Herndon, H. (2022). Conferencia sobre IA y arte sonoro. Santamarina, G. (2024). Declaraciones sobre el impacto cultural de la IA. https://www.michelsdechampourcin.com/como-la-ia-esta-influyendo-en-el-arte-y-en-el-proceso-creativo/
Nota	Relacionada con la variable Impacto en la creatividad. Resalta el debate sobre la autenticidad y el valor emocional de la música creada por humanos frente a la generada por algoritmos.

Ficha 17

Título	Riesgos creativos y pérdida de autenticidad artística
Autor(es)	Elaboración propia con base en Kushner (2023), Ávila (2024), Herndon (2022) y Santamarina (2024)
Concepto	La IA puede generar música predecible, homogénea y emocionalmente vacía.
Teoría y Cita	David Kushner (2023) señala que el problema no es que la IA cree música mala, sino demasiada música buena que suene igual; Armando Ávila (2024) critica la pérdida de la conversación humana en la música; Holly Herndon (2022) advierte que la IA carece de memoria emocional; y Guillermo Santamarina (2024) alerta sobre la pérdida de la voz propia de los creadores.
Bibliografía	Kushner, D. (2023). <i>Artificial music flood</i> . Music Ally. Ávila, A. (2024). Entrevista en medios nacionales. https://arteestetica.org/alerta-inteligencia-artificial-los-riesgos-para-el-mundo-artistico/
Nota	Ficha clave para analizar el impacto cultural y estético de la IA en la música, especialmente en la creatividad humana.

Influencia de la música en medios visuales y su relación con las reacciones emocionales

Ane Urien Soto

ane_urien@anahuac.mx

Natalya Castro Rangel

natalya_castro@anahuac.mx

Tamara Garza Gutiérrez

tamara.garza@anahuac.mx

Resumen

Esta investigación analiza la influencia de la música en la percepción emocional dentro de medios audiovisuales. Se realizó un experimento correlacional con estudiantes universitarios, evaluando sus reacciones a escenas de películas con música alegre, melancólica o sin acompañamiento sonoro. Se aplicó un enfoque mixto, combinando datos cualitativos y cuantitativos mediante la escala del método diferencial semántico. Los hallazgos muestran que la música no solo complementa la imagen, sino que condiciona su interpretación y amplifica la respuesta emocional del espectador. Factores como el tempo y la tonalidad influyen en la anticipación y la inmersión narrativa, reforzando la hipótesis de que la música es un estímulo tanto cognitivo como afectivo. Este estudio contribuye al entendimiento de cómo las asociaciones musicales pueden modificar la percepción cinematográfica y emocionar al público según el contexto sonoro.

Palabras clave: Emociones, Música, Cine, Reacciones, Percepción, Interpretación

Abstract

This study examines how music influences emotional perception in visual media. A correlational experiment with university students assessed their reactions to film scenes with cheerful, melancholic, or no music. A mixed-method approach combined qualitative and quantitative data using semantic differential measurement. Findings indicate that music not only complements visuals but also conditions interpretation and amplifies emotional responses. Factors like tempo and tonality shape anticipation and narrative immersion, reinforcing the idea that music functions as both a cognitive and affective stimulus. This research enhances understanding of how musical associations alter cinematic perception, evoking audience emotions based on the auditory context.

Keywords: Emotions, Music, Film, Reactions, Perception, Interpretation

Objetivo

Comprender la relación que tiene la música en medios visuales con las reacciones emocionales que experimentan los jóvenes encuestados.

Hipótesis

La música utilizada en medios visuales influirá significativamente en las reacciones emocionales de los espectadores jóvenes.

Hipótesis nula

La música utilizada en medios visuales no tendrá una influencia significativa en las reacciones emocionales de los espectadores jóvenes

Propósito

El propósito de este experimento es comprender y analizar la teoría que relaciona la música con las emociones de los jóvenes en ciertas escenas audiovisuales, controlando el espacio, la cantidad de participantes, las escenas y la música a mostrar. La música puede definirse como el “arte del sonido”, que es capaz de expresar ideas y emociones a través de los elementos de ritmo, melodía, y armonía (Tonatiuh, s.f.). Las reacciones emocionales son inconscientes, y se generan ante determinados estímulos, son la manera natural en la que los seres humanos reaccionan a lo que ocurre a nuestro alrededor (UNICEF). Se considerarán variables que pudieran intervenir con las respuestas, tomando en cuenta si los participantes ya han observado la escena antes. El experimento se llevará a cabo en un aula bajo condiciones controladas, con la participación de tres grupos de 10 jóvenes de 18-22 años.

Variables

- **Variable Independiente:** Música.
- **Variable Dependiente:** La reacción emocional e interpretación de los jóvenes sobre las escenas presentadas en base a la música.

- **Variable interviniente:** si los encuestados vieron la escena previamente.
- **Variable de Control:** El espacio y la cantidad de personas encuestadas.

Introducción

La relación entre la música y las emociones ha sido ampliamente estudiada desde distintos enfoques. Investigaciones empíricas han logrado demostrar que los rasgos musicales influyen en la percepción emocional de los oyentes, estableciendo una conexión entre la estructura sonora, la respuesta emocional de los individuos y las características musicales, lo que abre nuevas posibilidades para analizar la influencia emocional de la música (Alaminos, 2014). Para observar esta relación, Alaminos (2014) utilizó la escala de medición del diferencial semántico, método sociopsicológico que sirve para conocer la percepción y las reacciones de las personas ante ciertos objetos, conceptos o eventos.

También se ha argumentado que la música, al anticiparse a la imagen en los medios audiovisuales, condiciona la percepción del espectador y amplifica su reacción emocional (Martínez y Segura, 2010). Por otro lado, a nivel neurológico, estudios han evidenciado que la activación de distintas áreas del cerebro en respuesta a la música varía según el tipo de emoción inducida, lo que refuerza la hipótesis de que la música es un estímulo tanto cognitivo como afectivo (Díaz, 2010).

Ahora bien, en el ámbito cinematográfico, se ha comprobado que la música no solo complementa la imagen, sino que la interpreta y redefine, funcionando como un lenguaje no verbal que intensifica la narrativa visual (Llorca, 2007). Desde un enfoque semiótico y narrativo, se ha analizado elementos como los leitmotifs, la sincronización audiovisual y la música acusmática potencian la inmersión del espectador y modulan su respuesta emocional (López, 2014).

Dado que una obra musical se desarrolla en el tiempo, la memoria juega un papel clave en su comprensión y apreciación. En el cine, la música tiene la capacidad de anticipar lo que ocurrirá en la historia, como sucede en películas de suspenso o terror, donde una melodía específica genera en el espectador una sensación de temor ante algo que todavía no se presenta en la cinta. Así, una melodía puede anticipar una emoción asociada a lo que está por suceder, ya sea porque evoca sentimientos específicos o porque activa recuerdos de experiencias previas.

Aunque estas investigaciones han aportado valiosos conocimientos sobre la interacción entre música y emoción en distintos contextos, se considera necesario profundizar en el estudio de su impacto en la percepción y predicción de escenas por parte de los espectadores. Esta investigación permitirá comprender por medio de un análisis de conglomerados, de qué manera la música puede alterar la interpretación y generar respuestas emocionales diferentes según su contexto y contenido.

Metodología

Para la presente investigación se llevó a cabo un “experimento correlacional” en un entorno controlado, específicamente en un salón de clases, con tres grupos de 10 jóvenes entre 18 y 22 años, estudiantes de la Universidad Anáhuac Querétaro (cabe la pena aclarar que los participantes del muestreo fueron seleccionados por conveniencia). Se analizó el impacto de la música en la percepción emocional de los jóvenes respecto a escenas de películas o series, a través de un cuestionario aplicado en tiempo real. Las preguntas del instrumento de recolección de datos fueron validadas por el método Lawshe y modificadas en función a las respuestas de los expertos.

El experimento varió de acuerdo a el grupo, para el Grupo A y Grupo B, se proyectaron

tres escenas de películas o series acompañadas por dos tipos distintos de música (Música 1 y Música 2).

Música 1: Con esto nos referimos a canciones que pueden ser consideradas, descritas o percibidas como: tristes, melancólicas o sombrías. Son canciones que pueden ser más lentas, transmitir calma y disminuir energías.

Música 2: Nos referimos a aquellas canciones que pueden ser percibidas como: alegres, optimistas, románticas, esperanzadoras, cálidas y nostálgicas. Son canciones un poco más movidas o relacionadas con un sentimiento de bienestar.

Grupo A:			Grupo B:		
Música 1	Escena 1	con	Música 2	Escena 1	con
	Escena 2	con	Música 1	Escena 2	con
Música 2	Escena 3	con	Música 2	Escena 3	con

Para el Grupo C, con el fin de verificar la relación que tiene la música con las reacciones generadas, se utilizaron escenas sin acompañamiento musical.

Grupo C:	
Escena 1	sin audio
Escena 2	sin audio
Escena 3	sin audio

Para la recolección de datos, se utilizaron métodos cualitativos y cuantitativos, es decir, se realizó con un enfoque mixto. Los participantes respondieron un cuestionario que incluía una lista de emociones básicas predefinidas, de manera que pudieran indicar la intensidad del sentimiento, según la escala del método diferencial semántico.

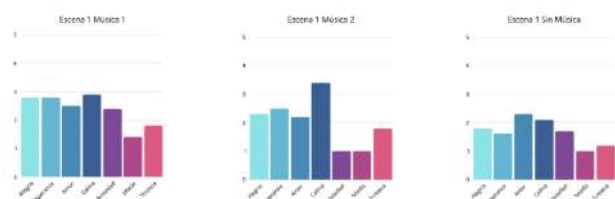
Posteriormente, se analizaron las respuestas por medido de una prueba estadística de análisis de varianza (anova de dos factores con varias muestras por grupo), para llegar a una

conclusión sobre las reacciones emocionales de los jóvenes en función de la música seleccionada, y decidir si aceptar o rechazar la hipótesis de este experimento.

Resultados

Escena 1

Figura 1



Promedio resultados Escena 1

Tabla 1: Promedio resultados Escena 1

	Alegría	Esperanza	Amor	Calma	Ansiedad	Miedo	Tristeza
Grupo A	2.8	2.8	2.5	2.9	2.4	1.4	1.8
Grupo B	2.3	2.5	2.2	3.4	1	1	1.8
Grupo C	1.8	1.6	2.3	2.1	1.7	1	1.2

Grupo A (Música 1): el 30% de los participantes reportó ya haber visto esta escena antes, por otro lado, las emociones predominantes fueron alegría (2.8), esperanza (2.8) y calma (2.9), mientras que tristeza (1.8) y miedo (1.4) tuvieron un menor promedio.

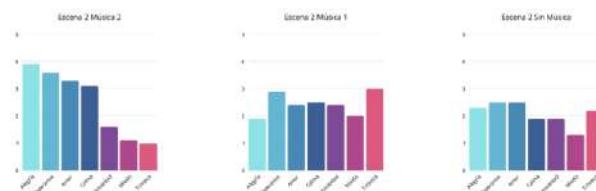
Grupo B (Música 2): ninguno de los participantes había visto esta escena antes. Calma fue la emoción más predominante con un promedio de 3.4, seguido de esperanza, alegría y amor con promedios parecidos (2.5, 2.3, y 2.2 respectivamente), luego tristeza con 1.8 y como las más bajas ansiedad y miedo con 1 de promedio.

Grupo C (Sin Música): el 20% de los participantes indicaron ya haber visto esta escena antes. Amor fue la emoción con mayor promedio (2.3), seguida por calma (2.1) y ansiedad (1.7). Alegría y esperanza mostraron niveles similares

(1.8 y 1.6 respectivamente). Miedo fue la emoción con el menor promedio (1.0), y tristeza se mantuvo baja (1.2).

Escena 2

Figura 2



Promedio resultados Escena 2

Tabla 2: Promedio resultados Escena 2

	Alegría	Esperanza	Amor	Calma	Ansiedad	Miedo	Tristeza
Grupo A	3.9	3.6	3.3	3.1	1.6	1.1	1
Grupo B	1.9	2.9	2.4	2.5	2.4	2	3
Grupo C	2.3	2.5	2.5	1.9	1.9	1.3	2.2

Grupo A (Música 2): ninguno de los participantes había visto esta escena antes. Alegría fue la emoción que predominó con un promedio de 3.9, seguido de esperanza (3.6), luego con un promedio parecido calma (3.1) y amor (3.3) y ansiedad, miedo y tristeza se encuentran por debajo del 2.

Grupo B (Música 1): El 100% de los participantes reportaron no haber visto esta escena antes. Las emociones más altas fueron tristeza y esperanza con una décima de diferencia, seguida de calma, amor y ansiedad, y las más bajas siendo miedo y alegría.

Grupo C (Sin Música): el 20% de los participantes ya habían visto esta escena antes. Amor y calma fueron las emociones más predominantes, luego alegría, ansiedad y esperanza con una décima entre cada uno de diferencia y como las más bajas están tristeza y miedo.

Escena 3
Figura 3

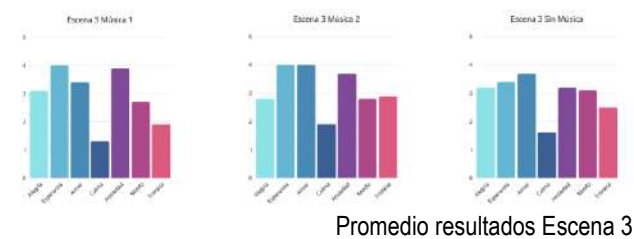


Tabla 3: Promedio resultados Escena 3							
	Alegría	Esperanza	Amor	Calma	Ansiedad	Miedo	Tristeza
Grupo A	3.1	4	3.4	1.3	3.9	2.7	1.9
Grupo B	2.8	4	4	1.9	3.7	2.8	2.9
Grupo C	3.2	3.4	3.7	1.6	3.2	3.1	2.5

Grupo A (Música 1): El 10% de los participantes comentaron ya haber visto esta escena antes. Las emociones más predominantes con una décima de diferencia son esperanza y ansiedad, después van amor y alegría seguido de miedo y al final con un menor promedio tristeza y calma.

Grupo B (Música 2): El 10% confirmó ya haber visto esta escena antes. Esperanza y amor con el mismo promedio de 4 fueron las más altas, seguidos de ansiedad y luego tristeza, después con una diferencia de una décima y mismo promedio de 2.8 alegría y miedo, al final como la emoción menos predominante estaría calma con un 1.9.

Grupo C (Sin música): El 10% indicó ya haber visto esta escena antes. La emoción más predominante siendo amor con un 3.7 de promedio, esperanza con un 3.4, seguido de alegría, ansiedad y miedo con un promedio parecido y cómo las emociones menos presentes con 1 de diferencia es tristeza y calma.

Resultados

A continuación, se presentan los resultados de la prueba estadística anova de dos

factores con varias muestras por grupo, realizada para los datos obtenidos para cada escena.

Escena 1
Figura 4

ANÁLISIS DE VARIANZA ESCENA 1					
Origen de las variaciones	Suma de cuadrados	Grados de libertad	Promedio de los cuadrados	F	Valor crítico para F
Columnas	5,764761905	6	0,964126984	3,841872233	2,847725966

Escena 2
Figura 5

ANÁLISIS DE VARIANZA ESCENA 2					
Origen de las variaciones	Suma de cuadrados	Grados de libertad	Promedio de los cuadrados	F	Valor crítico para F
Columnas	5,1465714286	6	0,860933381	1,756339606	2,847725966

Escena 3
Figura 6

ANÁLISIS DE VARIANZA ESCENA 3					
Origen de las variaciones	Suma de cuadrados	Grados de libertad	Promedio de los cuadrados	F	Valor crítico para F
Columnas	113695238	6	189492063	17,22655123	2,847725966

Música 1

Se observó que las emociones predominantes fueron *calma* y *esperanza*. En la Escena 1, el Grupo A mostró altos niveles de calma (2.9), alegría y esperanza (2.8 cada una). En la Escena 2, aunque las puntuaciones fueron un poco más bajas, se mantuvo la tendencia hacia la alegría (2.8) y la esperanza (2.5). En la Escena 3, el promedio fue más elevado en *esperanza* (4), *calma* (1.3) y *alegría* (3.1) en el Grupo A, indicando que esta música puede inducir estados emocionales positivos y tranquilos. Los niveles de ansiedad, miedo y tristeza fueron bajos en general, especialmente en el Grupo A.

Música 2

La música 2 demostró generar emociones más intensas, asociadas con un sentimiento de bienestar. Se observan los valores más altos de alegría (3.9), esperanza (3.6), amor (3.3) y calma (3.1), lo que sugiere que esta música indujo una experiencia emocional optimista. La escena 3 con

Música 2 también refleja intensidades altas en esperanza y amor (ambas cerca de 4), mientras que alegría alcanza aproximadamente el 3. Calma se mantiene elevada (3.5), y aunque ansiedad, miedo y tristeza están presentes, se ubican en un rango moderado (entre 2.5 y 3). Por otro lado, en la escena 1 con Música 2 se reflejan niveles más moderados en general, pero destaca la calma (3.5), y emociones como ansiedad y miedo por debajo de 2. Lo que indica que la elección musical: alegre, influyó directamente en las emociones de los participantes, tendiendo hacia emociones positivas.

A pesar de haber experimentado emociones positivas similares con la música 1 y música 2, se observa una diferencia en la intensidad con la que se presentaron. La música 2, logró promedios más altos, comparado a la música 1.

Sin Música

Las gráficas muestran una respuesta emocional más apagada y uniforme. Las emociones positivas como alegría, esperanza, amor y calma tienden a mantenerse en niveles más bajos, generalmente entre 2 y 3.5, sin alcanzar los niveles observados cuándo las escenas estaban acompañadas por música. Por otro lado, emociones como ansiedad, miedo y tristeza se mantienen constantes. Esto sugiere que la ausencia de música no estimula significativamente las emociones positivas (a excepción de la escena 3, que mantuvo la mayoría de las emociones a un nivel similar). Lo que implica, que la ausencia de música tiene un impacto y se refleja en la reacción emocional que experimenta el espectador.

Escena 1

El valor F en la prueba anova, es mayor que el valor crítico de F, por lo que se rechaza la hipótesis nula.

Escena 2

El valor F es menor que el valor crítico de F, se acepta la hipótesis nula, que implica que

no hay diferencias estadísticamente significativas entre las muestras

Escena 3

El valor F es mayor que el valor crítico de F, por lo que se rechaza la hipótesis nula, que implica que no hay diferencias estadísticamente significativas entre las muestras.

Conclusión

Los resultados de esta investigación confirman que la música está directamente relacionada con la percepción emocional de los espectadores dentro de los medios audiovisuales. El análisis mostró que la música no solo complementa la imagen, sino que la transforma y guía la interpretación y reacción emocional de la audiencia. En escenas con música positiva, las emociones predominantes fueron esperanza, amor y alegría, mientras que, en escenas con música negativa, las respuestas mostraron una tendencia más equilibrada, sin una inclinación clara hacia emociones específicas. La comparación con el grupo que vio las escenas sin música refuerza la influencia del sonido en la inmersión narrativa, aunque los resultados reflejan una recepción más neutral en la ausencia de música.

La presencia o ausencia de música alteró significativamente la intensidad emocional percibida. Este hallazgo confirma que la música no solo modifica la interpretación del espectador, sino que también intensifica su respuesta emocional. Además, las diferencias estadísticas entre los grupos evidencian que la música tiene el poder de cambiar el significado de una escena y generar experiencias sensoriales más profundas.

Esta investigación aporta al campo de los estudios audiovisuales, al mostrar cómo las asociaciones musicales pueden influir en la percepción y respuesta emocional del espectador. A nivel cinematográfico y publicitario, comprender estos efectos permite a los creadores

de contenido potenciar el impacto emocional de sus producciones. Sin embargo, es necesario seguir explorando cómo factores individuales, como experiencias previas y contextos culturales, pueden modular la percepción musical y su relación con las emociones.

Referencias

- Alaminos, A. (2014). LA MÚSICA COMO LENGUAJE DE LAS EMOCIONES. UN ANÁLISIS EMPÍRICO DE SU CAPACIDAD PERFORMATIVA. OBETS. https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/39556/1/OBETS_09_01_01.pdf
- Díaz, J. (2010). Música, lenguaje y emoción: una aproximación cerebral. Salud Mental. <https://www.scielo.org.mx/pdf/sm/v33n6/v33n6a9.pdf>
- Llorca, J. (2007). La música del cine como paráfrasis visual. Universidad de Caldas. <https://go.gale.com/ps/i.do?p=IFME&u=uan&id=GALE%7CA258052666&v=2.1&it=r>
- Martínez, E. & Segura R. (2010). MÚSICA Y SENTIMIENTO EN LOS MEDIOS AUDIOVISUALES. Razón y Palabra. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199514908036.pdf>
- López, A. (2014). ANÁLISIS MUSIVISUAL: UNA APROXIMACIÓN AL ESTUDIO DE LA MÚSICA CINEMATOGRAFICA. UNED. [Formato PDF].
- Tonatiuh, E. (s.f). Lenguaje musical: la música como un lenguaje universal. ACADEMIA MÚSICA PROYECTA. <https://academiamusicaproyecta.com.mx/lenguaje-musical-la-musica-como-un-lenguaje-universal/#:~:text=Entonces%20%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20lenguaje,din%C3%A1mica%20y%20la%20notaci%C3%B3n%20musical>
- UNICEF. (s.f). Cómo reconocer nuestras emociones. UNICEF. <https://www.unicef.org/lac/crianza/seguridad-proteccion/como-reconocer-nuestras-emociones>

La influencia de los contenidos digitales en la identidad juvenil

Sandoval Domínguez Fernando
fernando_sandoval@anahuac.mx
Delgadillo Soublette Paola Alexandra
paola.soublette@anahuac.mx

Resumen

La investigación analizó la influencia de los contenidos digitales en la construcción de la identidad juvenil, considerando como antecedente que las redes sociales se han consolidado como espacios centrales de socialización y modelado identitario (Del Prete & Redon, 2020; Gómez-Urrutia & Jiménez, 2022). Se identificó como problemática la presión estética, la comparación social y la tensión entre autenticidad y performatividad derivadas de estéticas dominantes como *Clean Girl* y *Messy Girl* (Bernal et al., 2025; Castillo et al., 2024). El objetivo general consistió en analizar la influencia de los contenidos digitales en la construcción de la identidad juvenil, con énfasis en mujeres jóvenes de 18 a 25 años interesadas en moda y estética. Se aplicó una metodología cualitativa que integró un estudio netnográfico con observación participante, análisis de hashtags, entrevistas, al igual que un focus group. Los resultados esperados señalaron que las jóvenes internalizaron estándares estéticos, experimentaron ambivalencia emocional y reprodujeron comportamientos, aunque también manifestaron estrategias de resistencia identitaria (Maldonado et al., 2024; Doñate et al., 2022). Se concluyó que los contenidos digitales funcionaron como agentes de socialización que simultáneamente habilitaron exploración personal y reforzaron presiones de validación externa, reafirmando la necesidad de una formación crítica frente a las narrativas algorítmicas contemporáneas.

Palabras clave: Identidad juvenil, Contenidos digitales, Algoritmos, Autenticidad, Redes sociales.

Abstract

The research analyzed the influence of digital content on the construction of youth identity, considering that social media has established itself as a central space for socialization and identity modeling (Del Prete & Redon, 2020; Gómez-Urrutia & Jiménez, 2022). Aesthetic pressure, social comparison, and the tension between authenticity and performativity derived from dominant aesthetics such as *Clean Girl* and *Messy Girl* (Bernal et al., 2025; Castillo et al., 2024) were identified as problematic. The overall objective was to analyze the influence of digital content on the construction of youth identity, with an emphasis on young women aged 18 to 25 who are interested in fashion and aesthetics.

A qualitative methodology was applied that integrated a netnographic study with participant observation, hashtag analysis, interviews, and a focus group. The expected results indicated that young women internalized aesthetic standards, experienced emotional ambivalence, and reproduced behaviors, although they also manifested strategies of identity resistance (Maldonado et al., 2024; Doñate et al., 2022). It was concluded that digital content functioned as agents of socialization that simultaneously enabled personal exploration and reinforced external validation pressures, reaffirming the need for critical training in the face of contemporary algorithmic narratives.

Keywords: Youth identity, Digital content, Digital environment, Algorithms, Authenticity.

Introducción

En la era digital contemporánea, las redes sociales dejaron de ser simples herramientas de comunicación para convertirse en escenarios activos de negociación, construcción y proyección de la identidad juvenil (Del Prete & Redon, 2020). Este proceso se intensificó entre los jóvenes, para quienes la autoidentificación se vio profundamente atravesada por entornos virtuales, configurando no solo sus gustos y valores, sino también las modalidades de percepción y relación consigo mismos y con sus pares (Doñate, García & Gómez, 2022). Plataformas como TikTok e Instagram desempeñaron un papel fundamental al consolidarse como espacios culturales donde el algoritmo, el contenido viral y la dinámica de validación colectiva determinaron el alcance y resonancia de patrones conductuales, discursivos y estéticos (Charmaraman & Delcourt, 2021; Gómez-Urrutia & Jiménez, 2022).

En este contexto, en las plataformas mencionadas emergieron estéticas dominantes; dos que se analizaron en esta investigación fueron el Clean Look y el Messy Look, cuya relevancia trascendió la mera imagen para convertirse en signos de pertenencia, distinción y, en algunos casos, rebeldía o conformidad frente a los mandatos del entorno digital (Antón & Levratto, 2021; Bernal et al., 2025). Los códigos visuales y simbólicos desplegados en estas comunidades no sólo expresaron estilos de vida específicos, sino que también condicionaron posicionamientos ideológicos, ya que quienes no participaban activamente de estas tendencias quedaban, en muchos casos, fuera del circuito de legitimidad social (Bernal et al., 2025; Castillo et al., 2024). El resultado fue la instauración de un sistema basado en la aprobación y el reconocimiento externos, que elevó la presión social y la ansiedad estética entre los jóvenes, promoviendo la comparación constante, la competencia subjetiva y el debilitamiento de la autenticidad (Bernal et al., 2025; Maldonado et al., 2024).

El problema se complejiza al observar que los efectos derivados del uso intensivo de redes sociales no se limitaron al plano simbólico o identitario, sino que repercuten de manera directa en la salud mental y el bienestar psicológico de las juventudes. Diversos estudios reportaron correlaciones entre el uso compulsivo de redes sociales, la disminución progresiva de la autoestima y el incremento de síntomas asociados a la ansiedad y la depresión, sobre todo en mujeres jóvenes que buscaron validación a partir de las expectativas proyectadas por los entornos digitales (Bernal et al., 2025; García et al., 2025). Bajo estas circunstancias, la construcción de la identidad digital fue asimilada al concepto de “branding personal”, en el que la gestión estratégica de la imagen y el rendimiento emocional adquirieron un peso central en la determinación del éxito social (Doñate et al., 2022).

La dimensión individual de este fenómeno convivió, además, con impactos colectivos y sociales. En sociedades caracterizadas por la posverdad, la saturación informativa y la fragmentación de discursos, el papel de los jóvenes como sujetos críticos y reflexivos se vio debilitado. El consumo digital guiado por algoritmos tiende a perpetuar burbujas de información y narrativas polarizadas, incrementando la vulnerabilidad ante la manipulación mediática y política (Doñate et al., 2022; Pérez, 2024). Penn (2007) advirtió ya desde hace algunos años acerca del uso estratégico de microtendencias detectadas en internet para diseñar campañas persuasivas y fortalecer narrativas dirigidas, lo que refuerza la necesidad urgente de examinar críticamente la construcción identitaria en el entorno digital.

Frente a este escenario, la presente investigación planteó como objetivo principal analizar la influencia de los contenidos digitales en la construcción de la identidad juvenil, tomando como eje de análisis a mujeres de 18 a 25 años interesadas en estética, moda y estilo de vida, y prestando especial atención a los

mecanismos de encasillamiento y resistencia presentes en su experiencia virtual. Se reconoció que, aunque las redes sociales contribuyeron a la exploración y pluralización de identidades, también impusieron límites estrictos de legitimidad y pertenencia, generando tensiones constantes entre el deseo de aceptación y la búsqueda de autenticidad (Doñate et al., 2022). Por medio de una metodología netnográfica, que incluyó observación participante en TikTok y entrevistas informales, se buscó identificar y analizar los símbolos, rituales, emociones y tensiones que definen y desafían la manera en que actualmente las juventudes configuran su “yo” digital (Gómez-Urrutia & Jiménez, 2022; Charmaraman & Delcourt, 2021).

La importancia de comprender estos procesos reside en que la formación de la identidad en los jóvenes determina no solo su bienestar emocional y social, sino también su capacidad de agencia, toma de decisiones y participación consciente en la sociedad digital contemporánea. Desentrañar la lógica algorítmica, los mecanismos de viralización y los procesos de validación simbólica resultó fundamental para entender los retos y posibilidades que enfrenta la juventud en la era digital.

Justificación

En las últimas dos décadas, la penetración de las tecnologías digitales y el acceso masivo a dispositivos inteligentes reconfiguraron radicalmente la manera en que la juventud experimenta, narra y define su identidad (Del Prete & Redon, 2020; Gómez-Urrutia & Jiménez, 2022). Si bien el fenómeno de la construcción identitaria ha sido objeto de estudio en diversas disciplinas sociales, en el siglo XXI este proceso cobró una naturaleza transversal a partir de la hegemonía de las redes, donde la presencia digital dejó de ser opcional para convertirse en condición indispensable de socialización, pertenencia y visibilidad social (Antón & Levratto, 2021).

El contexto actual impone a los jóvenes una exposición constante a referentes estéticos, opiniones, hábitos de consumo y discursos performativos que, lejos de limitarse a lo superficial, direccionan sus expectativas y emociones a partir de tendencias que surgen y se expanden aceleradamente gracias a los algoritmos (Del Prete & Redon, 2020). Esto resulta especialmente crítico en espacios como Tik Tok, donde la viralidad y la lógica del “me gusta” y la aprobación rápida generan procesos de validación efímera e incentivan la conformidad con modelos idealizados (Bernal et al., 2025; Charmaraman & Delcourt, 2021). Las comunidades digitales juveniles adoptan así patrones conductuales que privilegian la imagen y la inmediatez, relegando el análisis crítico y la autenticidad (Gómez-Urrutia & Jiménez, 2022).

La problemática subyacente fue advertida por diversos estudios empíricos que documentaron cómo el uso intensivo de redes sociales incrementa el malestar emocional y el sentido de insuficiencia personal: el ideal del “yo digital” promueve una imagen perfeccionista y comparativa frente a otros, afectando la autoestima, generando ansiedad, depresión y una dependencia emocional del reconocimiento externo (Bernal et al., 2025; Castillo et al., 2024; Maldonado et al., 2024). A nivel social, este fenómeno conlleva riesgos añadidos: no solo se debilita la capacidad de agencia y reflexión juvenil, sino que además se potencia su vulnerabilidad ante la manipulación de discursos políticos, comerciales o comunitarios, aprovechando la microsegmentación que permiten las plataformas digitales (Penn, 2007; Pérez, 2024).

La relevancia de esta investigación es doble. Por un lado, visibiliza la necesidad de comprender críticamente cómo opera la presión algorítmica y social en la configuración del “yo” y en la instauración de normativas de género, estética y éxito, que recae especialmente en las mujeres jóvenes (Maldonado et al., 2024; Antón & Levratto, 2021). Por otro, dota a las áreas

educativas, familiares y sociales de herramientas reflexivas y analíticas para intervenir preventivamente en el desarrollo de una identidad más consciente, autónoma y libre de los dictados impuestos por la cultura de la viralización y la economía de la atención (Doñate et al., 2022).

El interés académico de este proyecto radica también en aplicar una perspectiva netnográfica, pues permite captar, desde dentro, los matices simbólicos, las emociones y los rituales cotidianos que configuran la experiencia juvenil en Tik Tok. Abordar la problemática desde la "dieta digital" diaria de las usuarias hace posible observar tanto los mecanismos de encasillamiento como las fisuras, resistencias y potencialidades creativas que emergen de la interacción social en red (Doñate et al., 2022).

Por último, la urgencia de estudiar estos fenómenos se acentúa por la velocidad con la que el entorno digital transforma los procesos de socialización y la formación del criterio, volviendo imprescindible una mirada científica que supere los discursos alarmistas o apologeticos y aporte conocimiento contextualizado, sistémico y aplicable. Con este análisis, se aspira a incidir en la construcción de una ciudadanía juvenil crítica, resiliente y consciente de los riesgos, desafíos y posibilidades de autodefinirse y convivir en la era algorítmica.

Objetivo general:

Analizar la influencia de los contenidos digitales en la construcción de la identidad juvenil, con énfasis en mujeres jóvenes de 18 a 25 años, interesadas en moda y estética.

Objetivos específicos:

- Identificar los principales símbolos, rituales y estéticas digitales con los que las jóvenes se relacionan en Tik Tok.
- Analizar las emociones, presiones y contradicciones expresadas por las jóvenes en relación con su identidad digital.
- Comprender cómo las estéticas dominantes

generan dinámicas de encasillamiento o resistencia dentro del entorno digital.

- Proponer líneas de reflexión que permitan fomentar una identidad juvenil más crítica, autónoma y consciente.

Planteamiento del problema

Actualmente, los jóvenes se desarrollan en un entorno digital hiperconectado, donde las redes sociales median tanto sus relaciones interpersonales como la construcción de su identidad (Del Prete & Redon, 2020). Esta exposición constante a estéticas, estilos de vida y opiniones idealizadas ha generado presiones para encajar, fomentando la imitación de modelos ajenos y debilitando la autenticidad personal (Gómez-Urrutia & Jiménez, 2022). Los algoritmos priorizan lo viral y popular, condicionando la subjetividad juvenil hacia una dependencia del reconocimiento externo antes que hacia una construcción crítica y profunda del "yo" (Gómez-Urrutia & Jiménez, 2022; Del Prete & Redon, 2020).

La fragmentación informativa y la emoción del discurso, características de la cultura de la post-verdad, agudizan el riesgo de una identidad manipulable y poco reflexiva (Pérez, 2024). Diversos estudios han mostrado que los adolescentes ajustan su comportamiento y autoimagen según las expectativas de una audiencia digital exigente, lo que limita la libertad de expresión, debilita el pensamiento crítico y fomenta una moral heterónoma (Doñate et al., 2022; Castillo et al., 2024). Así, el uso compulsivo de redes sociales se ha vinculado al descenso de autoestima y aumento de ansiedad y depresión entre jóvenes (Bernal et al., 2025; Soria & Villegas, 2024).

La identidad digital se ha transformado en una modalidad de "branding personal", que obliga a la gestión continua de la imagen y la búsqueda de aprobación, incrementando la vulnerabilidad ante la manipulación mediática y la desinformación (Gómez-Urrutia & Jiménez,

2022; Antón & Levratto, 2021). Penn (2007) subraya la relevancia de las microtendencias digitales en campañas de influencia social, lo que acentúa la necesidad de investigar a fondo este fenómeno.

Por ello, urge analizar cómo los contenidos digitales influyen en la construcción de la identidad juvenil y qué mecanismos favorecen un desarrollo crítico y autónomo del “yo” en la era digital. En síntesis, la pregunta que orienta esta investigación es: *¿Cómo pueden los jóvenes construir una identidad auténtica en un ecosistema digital que constantemente les dicta cómo deben ser?*

Marco Teórico

La identidad es un proceso multidimensional que ha sido objeto de estudio desde diversas perspectivas teóricas. Históricamente, la construcción identitaria se ha comprendido como el resultado de interacciones complejas entre factores familiares, educativos, socioculturales y personales. Sin embargo, en la contemporaneidad, este proceso ha experimentado transformaciones significativas derivadas de la proliferación de plataformas digitales que funcionan como agentes socializadores de primer orden. Las redes sociales, algoritmos y contenidos digitales se han convertido en mediadores activos de la identidad juvenil, modificando las dinámicas tradicionales de construcción del yo y generando nuevas formas de subjetividad.

La presente investigación se enfoca en analizar cómo los contenidos digitales de plataformas como TikTok e Instagram influyen en la construcción de la identidad de jóvenes, particularmente mujeres de 18 a 25 años interesadas en moda y estética. Este marco teórico busca fundamentar el objeto de estudio mediante la articulación de perspectivas teóricas que permitan comprender los mecanismos a través de los cuales los contenidos digitales impactan la construcción identitaria, las emociones asociadas a este proceso y las tensiones que emergen entre

la autenticidad y la performatividad en entornos digitales.

Para comprender la influencia de los contenidos digitales en la identidad juvenil, es necesario establecer primero una definición clara de qué se entiende por contenidos digitales en el contexto de las redes sociales y plataformas contemporáneas. A pesar de su proliferación, la noción de contenidos digitales sigue siendo un concepto en desarrollo que requiere delimitación conceptual precisa.

Villegas, M., Castañeda, W. (2020) definen los contenidos digitales como aquellos que conjugan diversos modos enunciativos, entre los que se cuentan imágenes, textos, sonidos o emoticones para configurar intenciones comunicativas, convirtiéndose en una herramienta aprovechada tanto por usuarios comunes como por organizaciones y marcas que buscan presencia en los medios digitales, especialmente en redes sociales virtuales. Esta definición reconoce la naturaleza multisensorial y multimodal de los contenidos digitales, destacando que no se trata simplemente de información textual, sino de ensamblajes complejos de elementos visuales, auditivos y emocionales que generan significados específicos.

Esta caracterización es particularmente relevante para comprender la experiencia juvenil contemporánea. Los contenidos digitales no son objetos pasivos que los jóvenes consumen de manera neutral. En su lugar, son construcciones comunicativas diseñadas intencionalmente para generar emociones, conexiones y reacciones específicas. El reconocimiento de esta intencionalidad comunicativa implica que los contenidos digitales funcionan como mediadores poderosos en la construcción de significados, valoraciones estéticas y preferencias identitarias.

Villegas, M., Castañeda, W. (2020) subrayan además que existe necesidad de consolidar la definición de contenidos digitales en

disciplinas como la comunicación y el diseño para llegar a acuerdos sobre su concepto y función comunicativa. A pesar de la popularización de los contenidos digitales, su acepción sigue siendo imprecisa en muchos contextos académicos, lo que tiene como consecuencia la limitación de la comprensión profunda de sus potencias, su conceptualización, desarrollo y aplicación desde perspectivas críticas.

Esta imprecisión conceptual es especialmente problemática cuando se trata de analizar cómo los contenidos digitales influyen en poblaciones vulnerables como los jóvenes. Sin una comprensión clara del objeto de estudio, resulta más difícil identificar los mecanismos específicos mediante los cuales estos contenidos impactan la identidad, las emociones y las decisiones cotidianas de los adolescentes y jóvenes adultos.

Los contenidos digitales no constituyen una categoría homogénea. Existe una diversidad amplia de tipologías de contenido que circulan en redes sociales, cada una con características, intencionalidades y efectos específicos en la audiencia juvenil. Comprender esta diversidad es fundamental para analizar cómo los contenidos digitales influyen de manera diferenciada en la construcción de la identidad.

Entre los tipos de contenidos digitales más relevantes en plataformas como Instagram, TikTok y YouTube, siendo estas las plataformas más populares por uso entre los jóvenes según el estudio de Huerta et al (2021), se encuentran los contenidos informativos, contenidos de entretenimiento, contenidos educativos, contenidos de humor, contenidos aspiracionales, y contenidos de estilo de vida (lifestyle). Cada una de estas categorías opera de manera diferente en la experiencia del usuario y genera distintos tipos de respuestas emocionales e identificaciones.

Sin embargo, en el contexto específico de la investigación sobre identidad juvenil, es necesario prestar especial atención a los contenidos de estilo de vida o "lifestyle content",

que han adquirido una presencia y relevancia extraordinaria en la vida cotidiana de los jóvenes, particularmente de mujeres jóvenes interesadas en moda y estética.

El contenido de lifestyle constituye una categoría particular de contenidos digitales que se centra en la presentación de formas de vida, rutinas, consumo, estética y aspiraciones. A diferencia de otros tipos de contenido, el lifestyle no se limita a compartir información o entretenimiento, sino que propone narrativas completas de cómo vivir, qué consumir, cómo verse y cómo comportarse para alcanzar un cierto estatus, bienestar o aceptación social.

Este tipo de contenido es caracterizado por su presentación altamente curada de la realidad. En plataformas como Instagram, el contenido de lifestyle típicamente incluye fotografías de espacios idealizados (habitaciones, cocinas, espacios de trabajo), productos de belleza y moda, rutinas diarias, viajes, alimentos preparados de manera estética, y momentos que transmiten una vida ordenada, hermosa y en armonía. En TikTok, el contenido de lifestyle adquiere dimensiones adicionales a través de videos de rutinas matutinas, tutoriales de maquillaje, consejos de bienestar, transformaciones de espacios y narrativas sobre comportamiento social.

La presencia del contenido de lifestyle en redes sociales es prácticamente omnipresente. Adolescentes y jóvenes adultos se encuentran constantemente expuestos a este tipo de contenido, no solo a través de cuentas que expresamente se dedican a producir lifestyle, sino también a través de influenciadores, marcas comerciales, y pares que adaptan y reproducen estas narrativas.

Charmaraman y Delcourt (2021) documentan cómo adolescentes de 10 a 14 años utilizan plataformas como TikTok, Instagram y YouTube tanto como consumidores como productores de contenido. Su investigación revela

que "adolescentes frecuentemente buscan activamente videos para impulsar felicidad" y que están expuestos constantemente a contenidos que presentan formas de vida idealizadas. Estos investigadores observaron que los participantes en su estudio mencionan específicamente cómo veían rutinas diarias, tutoriales de belleza, y contenido aspiracional que les inspiraba a experimentar con diferentes formas de presentarse a sí mismos.

La saturación de contenido de estilo de vida es especialmente intensa en plataformas dirigidas a público femenino joven. Instagram, que es una plataforma altamente visual, ha sido descrita como un espacio donde predomina el contenido aspiracional relacionado con belleza, moda, viajes y consumo. TikTok, con su algoritmo altamente personalizado, amplifica aún más esta exposición al presentar constantemente contenidos que coinciden con las preferencias previas del usuario, creando lo que podría denominarse una burbuja de estilo de vida en la que el contenido aspiracional se replica constantemente.

Uno de los efectos más documentados del contenido de estilo de vida en jóvenes es su relación con la generación de aspiraciones de consumo. Este fenómeno no es accidental, sino que responde a la estructura deliberada de cómo se produce y se promociona el contenido de estilo de vida.

Rasmussen et al (2021) examinan específicamente cómo el contenido de estilo de vida producido por influenciadores (a los que llaman "kidfluencers") genera aspiraciones identificadoras en adolescentes. Su investigación muestra que la exposición de adolescentes jóvenes a influenciadores que promocionan un estilo de vida particular está asociada con su deseo de emular a estos influenciadores, lo que se traduce en comportamientos de compra específicos. Estos autores subrayan que "los kidfluencers pueden propagandizar un estilo de vida al cual los adolescentes aspiran,

manifestándose esto en cambios en el comportamiento de consumo". Importante es notar que esta relación es modulada por el nivel de materialismo del adolescente: aquellos con mayor orientación hacia el consumo de materiales muestran mayor susceptibilidad a este tipo de influencia.

Este hallazgo es crucial para comprender cómo el contenido de lifestyle no simplemente presenta formas de vida alternativas, sino que actúa como vector de transmisión de valores consumistas. La aspiración no es casual, sino que es generada sistemáticamente a través de la presentación atractiva de productos, espacios y experiencias que se ofrecen como componentes necesarios de una identidad deseable.

Más allá de su función en la generación de aspiraciones de consumo, el contenido de estilo de vida juega un papel crucial como mediador en la construcción de la identidad juvenil. Los jóvenes no solo observan pasivamente el contenido de estilo de vida; en muchos casos, lo utilizan como referencia para experimentar con diferentes formas de ser, de presentarse y de construir sus identidades digitales.

Charmaraman y Delcourt (2021) documentan procesos de experimentación identitaria mediados por contenido de lifestyle. En su estudio con adolescentes tempranos, encontraron que los jóvenes utilizaban plataformas de redes sociales para explorar diferentes facetas de su identidad. Particularmente relevante es su observación de que los adolescentes usaban las redes sociales para explorar diferentes facetas de su identidad, a través de comunidades de interés que producen contenido de estilo de vida relacionado con esas identidades emergentes (por ejemplo, comunidades de anime, música, o belleza).

Esta función del contenido de estilo de vida como espacio de experimentación identitaria es particularmente potente porque no presenta las identidades como opciones fijas o binarias. En su lugar, el contenido de lifestyle ofrece una gama fluida y constantemente actualizada de

posibilidades identitarias, con ejemplos concretos de cómo vivir, qué consumir, cómo verse y cómo comportarse dentro de cada opción. Para un adolescente en búsqueda de identidad, esto representa tanto una oportunidad como una presión: la oportunidad de explorar múltiples posibilidades, pero también la presión de conformarse constantemente a estándares estéticos y de comportamiento que se actualizan regularmente.

Aunque el contenido de estilo de vida es consumido por adolescentes de todos los géneros, la investigación sugiere diferencias significativas según género. Charmaraman y Grevet Delcourt (2021) observan en su estudio que redes sociales como Tik Tok e Instagram fueron utilizadas más intensivamente por participantes identificadas como mujeres en su estudio. Si bien no profundizan en las razones específicas de esta diferencia, este hallazgo sugiere que el contenido de lifestyle puede tener un impacto diferenciado según género.

Para comprender la influencia de los contenidos digitales en la identidad juvenil desde una perspectiva más amplia, es necesario recurrir a las teorías clásicas de la comunicación de masas desarrolladas desde tradiciones norteamericanas, que aunque fueron elaboradas para contextos de medios masivos tradicionales (televisión, radio, prensa), ofrecen marcos conceptuales valiosos para analizar los efectos de los contenidos digitales.

Teoría de Usos y Gratificaciones

La Teoría de Usos y Gratificaciones, desarrollada originalmente en los años 40 del siglo XX, constituye uno de los marcos teóricos más influyentes para comprender cómo las personas interactúan con los medios. Según esta teoría, las personas no son receptores pasivos de contenidos mediáticos, sino actores activos que seleccionan, utilizan y disfrutan de los medios de acuerdo a necesidades y objetivos específicos.

Los usuarios buscan gratificaciones particulares a través de su consumo mediático.

La aplicación de esta teoría al consumo de contenidos digitales por jóvenes es especialmente pertinente. Los jóvenes no simplemente "consumen" pasivamente el contenido de estilo de vida que aparece en sus feeds; en su lugar, activamente seleccionan, siguen y buscan contenido que satisface necesidades específicas: necesidades de entretenimiento, de información sobre tendencias, de inspiración para experimentar identidades, de conexión social, y de validación.

Teoría del Cultivo

La Teoría del Cultivo, desarrollada por George Gerbner, es particularmente relevante para entender cómo la exposición prolongada y repetida a contenidos digitales influye en la construcción de la realidad y la identidad de los individuos. A diferencia de teorías que se enfocan en efectos inmediatos y puntuales de la exposición mediática, la Teoría del Cultivo se centra en los efectos acumulativos y a largo plazo de la exposición a medios.

Gerbner propuso que la exposición continua a ciertos contenidos mediáticos cultiva una cierta visión del mundo en el espectador. Es decir, la realidad que experimentamos a través del consumo mediático constante termina por conformar nuestras percepciones de la realidad social, nuestros valores y nuestras creencias sobre cómo debe vivirse. Los medios no simplemente transmiten información; en su lugar, cultivan una "realidad simbólica" que los usuarios interiorizan como representativa de la "realidad objetiva".

Esta teoría es particularmente potente cuando se aplica al fenómeno del contenido de lifestyle. La exposición repetida y constante a narrativas sobre cómo deben verse las personas, qué deben consumir, qué rutinas deben tener y cómo deben comportarse genera gradualmente una internalización de estos estándares como "naturales" o "normales". Los jóvenes que están

expuestos diariamente a contenido de lifestyle que presenta un ideal de vida específico tienden a cultivar percepciones sobre qué constituye una vida "exitosa", "deseable" o "valiosa".

Investigación contemporánea como la de Chen, S. (2024) aplica la Teoría del Cultivo al contexto de Tik Tok, demostrando que "la teoría del cultivo puede adaptarse al ambiente en cambio y hacer los ajustes correspondientes" cuando se estudian las influencias de plataformas digitales contemporáneas en menores. Este hallazgo sugiere que, aunque los medios han cambiado, los mecanismos fundamentales de cultivo de percepciones mediante exposición repetida siguen siendo operativos.

Una dimensión crucial para comprender la influencia de los contenidos digitales en la identidad es reconocer cómo los comportamientos, actitudes y estilos que observamos en estos contenidos se internalizan y se reproducen en nuestras propias vidas. Este proceso va más allá de la simple admiración o emulación consciente; implica formas de mimetismo comportamental que operan frecuentemente a nivel inconsciente.

La identidad contemporánea se construye en gran medida a través del consumo cultural y mediático. La idea de que "somos lo que consumimos" cobra particular relevancia en contextos digitales donde el acceso a múltiples representaciones de identidades posibles es constantemente accesible.

Wilska et al. (2023) argumentan que "los jóvenes construyen y expresan sus identidades por medio de sus estilos de consumo en redes sociales". Esta perspectiva reconoce que la identidad juvenil contemporánea no se limita simplemente a características psicológicas o sociodemográficas internas, sino que se expresa y se construye a través de patrones visibles de consumo compartidos en redes sociales.

Lo significativo de este hallazgo es que enfatiza cómo los contenidos digitales que exhiben ciertos estilos de consumo (qué ropa usar, qué productos de belleza comprar, qué alimentos consumir, qué experiencias vivir) se convierten en referencias para la construcción identitaria. Un joven observa cómo ciertos estilos de consumo están asociados con determinadas identidades, y luego busca replicar esos patrones de consumo para adoptar esa identidad.

Más allá de la emulación consciente, existe un proceso de mimetismo comportamental donde los contenidos digitales influyen en cómo nos comportamos, incluso cuando no somos conscientes de esta influencia.

La investigación en psicología social demuestra que la exposición repetida a ciertos comportamientos, gestos, expresiones faciales y patrones de interacción social en medios digitales conduce a una reproducción inconsciente de estos comportamientos. Cuando un joven ve repetidamente cómo cierto influenciador realiza una transformación de belleza, habla de una manera específica, organiza su espacio de una cierta forma, o maneja determinadas emociones, estos comportamientos se internalizan como modelos a seguir que se replicarán inconscientemente.

Kryston, K., Edén, A. (2021) documentan específicamente cómo las normas sociales y el disfrute de los contenidos se entrelazan, mostrando que la gente consume y disfruta de contenidos de entretenimiento similares a la de sus amigos y allegados, sugiriendo un contagio normativo donde el consumo de ciertos contenidos y la reproducción de comportamientos asociados a esos contenidos se convierte en una forma de conformidad social.

Este proceso es particularmente potente en contextos digitales porque la visibilidad es constante y la retroalimentación es inmediata. Un joven adopta cierto comportamiento que vio en un contenido de lifestyle, lo documenta en su propio

perfil de redes sociales, y recibe validación de sus pares, reforzando la probabilidad de que continúe reproduciendo ese comportamiento.

Aunque mucha de la investigación sobre influencia de redes sociales se enfoca en adolescentes tempranos, es crucial reconocer que la construcción identitaria continúa siendo un proceso activo en edades posteriores y que los contenidos digitales siguen siendo mediadores significativos durante toda la vida adulta emergente.

Naudé, L. (2022) argumenta que "las redes sociales facilitan el desarrollo hacia una historia en evolución del yo, a medida que los adultos emergentes navegan por las complejidades de la vida. ". Los adultos emergentes (18-30 años) utilizan redes sociales no como una fase transitoria de su desarrollo identitario, sino como espacios continuos donde constantemente construyen, revisan y actualizan narrativas sobre quiénes son.

Ya que, aunque diferentes de los adolescentes, los adultos emergentes tienen mayor reflexividad y capacidad para cuestionar críticamente los contenidos que consumen. Sin embargo, esto no significa que sean impermeables a la influencia de los contenidos digitales; simplemente que la naturaleza de esa influencia puede ser más compleja y mediada por reflexión.

Esto tiene implicaciones significativas para comprender cómo mujeres jóvenes adultas se relacionan con contenido de lifestyle. A esta edad, muchas estén navegando transiciones importantes de vida (terminar educación superior, entrar al mercado laboral, desarrollar carreras, explorar relaciones románticas), y los contenidos de lifestyle actúan como referencias para cómo manejar estas transiciones de manera que sea "exitosa", "deseable" o socialmente aceptable.

Regresando a la identidad. Esta es entendida desde perspectivas del

construccionismo social, como un proceso dinámico en constante transformación. Renau, Oberst y Carbonell (2013) sostienen que "la memoria generada de los cambios y acontecimientos de vida es el eje que impone cohesión y consistencia al fluir. Por eso, la elaboración de narrativas es un factor clave en la historia de la identidad". Esta aproximación reconoce que la identidad no es una esencia fija, sino un conjunto de narrativas que los sujetos elaboran en interacción constante con su entorno, y que estas narrativas se construyen mediante experiencias acumuladas y significadas en el tiempo.

En la adolescencia y juventud temprana, este proceso narrativo adquiere particular relevancia. Rubio (2022) señala que durante la adolescencia se produce un gran cambio en la jerarquía de influencias sociales: "la opinión de los padres y la familia pasa a un segundo plano, convirtiéndose en su principal preocupación lo que los demás iguales piensen sobre ellos. Esto es un aspecto que se ve acentuado en las redes sociales, puesto que estos espacios dan lugar a interpretaciones y a que la gente especule y opine libremente". Esta reconfiguración de referentes es fundamental para comprender la vulnerabilidad de la identidad juvenil frente a influencias externas, particularmente las mediadas por plataformas digitales.

Desde la perspectiva del desarrollo autobiográfico, Nelson y Fivush (2019) explican que "las narrativas son una forma crítica de la conciencia humana, y que esta forma se aprende a través de interacciones sociales cotidianas mediadas lingüísticamente". Dado que el espacio digital se ha convertido en un contexto privilegiado de interacción social para los jóvenes contemporáneos, las narrativas identitarias se construyen cada vez más en y a través de plataformas, lo que implica que los contenidos digitales adquieren agencia en la configuración de la autobiografía personal.

Uno de los elementos fundamentales para entender la influencia de los contenidos digitales en la identidad juvenil es reconocer el rol activo de los algoritmos en la mediación de la experiencia digital. Del Prete y Redon (2020) argumentan que los algoritmos de plataformas como Tik Tok e Instagram moldean la subjetividad juvenil al premiar contenidos virales. Específicamente, estos autores señalan que la lógica algorítmica condiciona la expresión del yo, generando una identidad performativa orientada a la visibilidad.

Esta performatividad digital opera de manera distinta a las formas tradicionales de presentación del yo. Gómez-Urrutia y Jiménez (2022) describen que los jóvenes gestionan su imagen en redes sociales como si se tratara de una marca personal, lo que genera tensiones entre autenticidad y aceptación social. Esta dinámica revela procesos identitarios mediados por la lógica del marketing digital y la exposición constante. La identidad se convierte así en un producto que debe ser continuamente optimizado, curado y presentado de manera estratégica para maximizar su visibilidad y aceptabilidad dentro de los sistemas algorítmicos.

Antón y Levratto (2021) aportan una definición integradora de la identidad digital, señalando que "nuestras identidades en la web son la suma de cada rastro que producimos sobre nosotros mismos y que no proceden únicamente de nuestra imagen sino también de la información escrita que dejamos y que ayuda a los demás a identificarnos, reconocernos y comprendernos". Esta concepción multidimensional reconoce que la identidad digital no es un reflejo pasivo de la identidad offline, sino una construcción compleja que integra elementos visuales, narrativos y relacionales.

Huerta, Torres y Lagunes (2021) añaden que la gestión de la identidad digital implica "un proceso permanente y consciente del manejo de información personal y contenido que se comparte en Internet, con miras a proteger la

privacidad y reputación digital". Esta gestión consciente implica una serie de decisiones estratégicas que los jóvenes deben tomar constantemente respecto a qué mostrar, qué ocultar y cómo presentarse ante sus audiencias.

La proliferación de contenidos aspiracionales en plataformas digitales ha generado un contexto saturado de estéticas idealizadas que ejercen presión significativa sobre la autopercepción de los jóvenes. Maldonado, Zambrano y Mancilla (2024) sostienen que las redes sociales emergen como un influencer significativo en la percepción corporal y la autoestima, indicando que mientras algunas personas resisten las presiones en línea, otras sufren inseguridades y bajos niveles de autoestima. Estos autores reconocen la complejidad única de las relaciones entre belleza, autoestima y redes sociales, señalando que "a pesar de la presión en línea, algunas mujeres logran separar estas imágenes de su autoimagen, encontrando en las redes sociales motivación para cuidar su bienestar físico y mental".

Esta ambivalencia en los efectos de la exposición a contenidos estéticos es corroborada por Bernal et al. (2025), quienes indican que el efecto de usar intensivamente redes sociales como Instagram, TikTok y Snapchat puede reducir la autoestima en adolescentes, especialmente en quienes se comparan con pares o influenciadores. Sin embargo, estos autores también señalan que el uso de redes para fortalecer vínculos sociales puede ser beneficioso, sugiriendo además estrategias pedagógicas para un uso crítico y equilibrado.

Castillo, Medina y León (2024) profundizan en los mecanismos de deterioro de la autopercepción, argumentando que "el deterioro o percepción negativa o errónea de la imagen personal por el llamado ya fenómeno de comparación social es un camuflaje en el desarrollo de la identidad de los jóvenes, quienes viven en un mundo virtual que cambia constantemente". Esta afirmación subraya que la

presión estética no es simplemente un aspecto superficial de la experiencia digital, sino un fenómeno que impacta profundamente la construcción de la identidad.

La comparación social emerge como uno de los mecanismos más potentes a través de los cuales los contenidos digitales influyen en la identidad juvenil. García et al. (2025) sostienen que la hiperconectividad puede funcionar como un mecanismo de evitación y reforzar patrones de inseguridad y comparación social. Este proceso no es simplemente cognitivo, sino que genera respuestas emocionales complejas que afectan la autopercepción y la autoestima.

La comparación social mediada por contenidos digitales difiere de las formas tradicionales de comparación porque opera de manera constante, en múltiples dimensiones simultáneamente y a partir de imágenes altamente editadas y seleccionadas. Los jóvenes no solo comparan su apariencia física, sino también sus logros, rutinas, relaciones y estilos de vida, lo que amplía significativamente el espectro de posibles fuentes de inseguridad e insatisfacción.

La dependencia del reconocimiento externo mediado por plataformas digitales genera un conjunto de emociones complejas y frecuentemente contradictorias. Soria y Villegas (2024) señalan que la adicción a las redes sociales es una problemática que afecta a la población adolescente, generando conductas desadaptativas acompañadas de sentimientos de frustración, aislamiento, pérdida de control y dependencia. Estos sentimientos no son simplemente consecuencias de un uso excesivo, sino manifestaciones de procesos más profundos de dependencia emocional y búsqueda de validación.

Martín y Medina (2021) advierten que "lo digital está presente, pero sin una guía correcta, se pueden llegar a experimentar problemas psicológicos como la adicción a los likes, a vivir un mundo de fantasía en el cual se piensa que se puede ser perfecto". Esta adicción a la validación

digital representa una distorsión de la realidad que afecta tanto la autopercepción como la capacidad de los jóvenes para construir identidades basadas en criterios internos o valores auténticos.

Las tendencias digitales no deben comprenderse como fenómenos espontáneos o completamente orgánicos, sino como construcciones que responden a intereses económicos, políticos y mediáticos específicos. Penn (2007) plantea que pequeñas tendencias digitales pueden ser utilizadas para manipular grupos sociales, incluyendo jóvenes. Estas microtendencias revelan cómo la identidad digital puede ser influenciada por intereses mediáticos y políticos, operando frecuentemente de manera imperceptible para los usuarios.

Esta comprensión es especialmente relevante cuando consideramos que los jóvenes perciben frecuentemente estas tendencias como elecciones individuales auténticas, cuando en realidad responden a mandatos digitales diseñados para orientar comportamientos hacia lo más visible y replicable. Las estéticas, narrativas y comportamientos asociados a las microtendencias se internalizan como expresiones de preferencias personales, cuando en realidad están mediados por sistemas de poder y captura de atención.

Más allá de las dinámicas de autoestima y presión estética, los contenidos digitales también operan como espacios de construcción de identidades políticas e ideológicas fragmentadas. Pérez Ramos (2024) analiza cómo la fragmentación mediática, la desinformación y el uso de bots y trolls en redes sociales exacerban la polarización política, afectando la construcción identitaria y el diálogo democrático. Este autor expone que la identidad se vuelve cada vez más una expresión emocional y partidaria que dificulta el debate racional y el entendimiento mutuo.

Este fenómeno de polarización identitaria es particularmente relevante para comprender cómo los contenidos digitales no solo influyen en

aspectos estéticos o de autoestima, sino también en la configuración de identidades políticas y sociales que refuerzan divisiones y dificultan la capacidad de los jóvenes para desarrollar pensamiento crítico y perspectivas complejas.

Es importante reconocer que los jóvenes no son simplemente receptores pasivos de contenidos digitales, sino también productores activos que participan en la creación, circulación y transformación de significados. Doate, García Brustenga y Rosa Gómez Cardosa (2022) examinan las tendencias, hábitos y relaciones dinámicas que los jóvenes tienen con el contenido digital, destacando la evolución constante del consumo y el papel de las tecnologías móviles y audiovisuales en la formación educativa y social de los adolescentes. Estos autores subrayan la importancia de entender estos cambios para la educación y el desarrollo crítico de la identidad.

Esta perspectiva reconoce que la influencia de los contenidos digitales en la identidad no es unidireccional. Los jóvenes negocian constantemente con las propuestas identitarias que encuentran en línea, adoptando algunas, adaptando otras y rechazando las que no resuenen con sus valores o experiencias. Sin embargo, esta agencia no se despliega en condiciones de igualdad, sino dentro de estructuras de poder asimétricas donde los algoritmos, las plataformas y los influenciadores cuentan con recursos significativamente mayores para modelar preferencias y comportamientos.

Una tensión central en la construcción de la identidad digital en la contemporaneidad es la aspiración a la autenticidad en contextos que fomentan la performatividad y la curaduría constante. Los jóvenes frecuentemente expresan el deseo de "ser auténticos" o "ser ellos mismos" en redes sociales, pero simultáneamente reconocen que sus identidades digitales corresponden a versiones altamente seleccionadas y editadas de sus personas.

Esta contradicción no es simplemente individual, sino estructural. Gómez-Urrutia y Jiménez (2022) señalan que la gestión de la imagen como marca personal genera tensiones directas entre autenticidad y aceptación social. Las dinámicas algorítmicas y de viralidad premian la consistencia visual, la coherencia narrativa y el cuidado estético del feed, lo que desalienta la espontaneidad y la vulnerabilidad que caracterizarían formas más "auténticas" de presentación del yo.

El contexto contemporáneo se caracteriza por un ecosistema digital hiperconectado, saturado de estéticas aspiracionales, microtendencias y narrativas visuales. Este entorno no es neutro, sino que está diseñado mediante sistemas algorítmicos para maximizar el engagement, retención de usuarios y extracción de datos. Las plataformas crean lo que podría denominarse una "economía de la atención" en la que las estéticas más visibles y compartidas adquieren una apariencia de legitimidad y normalidad.

Maldonado et al. (2024) reconocen que la relación entre belleza, autoestima y redes sociales es compleja, pero subrayan que las redes sociales emergen como "influencers significativos" en la percepción corporal. Esta caracterización subraya que las plataformas no son espacios neutros de socialización, sino agentes activos con poder para influir en valores, preferencias estéticas y expectativas de comportamiento.

Las dinámicas de viralidad operan como mecanismos potentes de normalización y legitimación de ciertos estándares estéticos, comportamentales y narrativos. Cuando contenidos específicos se replican masivamente a través de redes sociales, adquieren una apariencia de verdad o normalidad que puede no corresponder con la realidad. Los jóvenes interiorizan estas estéticas replicadas como referentes legítimos de lo que significa "ser alguien" en el entorno digital contemporáneo.

Esta normalización es especialmente potente porque operan de manera casi imperceptible. No existe un decreto explícito que diga a los jóvenes cuándo deben verse, actuar o pensar de cierta manera. En su lugar, los mandatos emergen de manera difusa a través de la acumulación de microdecisiones algorítmicas que premian ciertos contenidos sobre otros, generando gradualmente una *sense of normativity* que los usuarios interiorizan como preferencias auténticas.

La influencia de los contenidos digitales en la identidad juvenil es un fenómeno multidimensional que opera simultáneamente en niveles estéticos, emocionales, narrativos, políticos y relacionales. No puede ser comprendido como un simple determinismo technological donde las plataformas directamente "causan" cambios identitarios, ni tampoco como un proceso completamente agentic donde los jóvenes seleccionan libremente entre opciones identitarias disponibles.

En su lugar, la influencia debe entenderse como el resultado de interacciones complejas entre estructuras de poder digital (algoritmos, plataformas, diseños de interfaz), contenidos específicos (estéticas aspiracionales, narrativas de influenciadores, microtendencias), prácticas de consumo juvenil (scrolling, consumo pasivo, creación activa) y procesos psicosociales (comparación, búsqueda de validación, construcción narrativa de identidad).

Esta aproximación integral permite reconocer tanto la agencia de los jóvenes como las asimetrías de poder que caracterizan sus interacciones con plataformas digitales. Permite además comprender por qué los efectos de los contenidos digitales son simultáneamente reales y complejos: algunos jóvenes logran desarrollar relaciones críticas con el contenido que consumen, mientras que otros experimentan daño significativo a su autoestima, autonomía y capacidad de pensamiento independiente.

Este marco teórico fundamenta la necesidad de estudiar específicamente cómo los contenidos digitales influyen en la construcción de la identidad juvenil, reconociendo que esta influencia no es determinista sino negociada. La investigación debe examinar no sólo los cambios identitarios observables, sino también los procesos emocionales, narrativos y reflexivos mediante los cuales los jóvenes construyen significado a partir de su consumo de contenidos digitales.

Particular relevancia adquiere el análisis de las tensiones que emergen en la experiencia juvenil: entre cambio y continuidad, entre autenticidad y performatividad, entre agencia y estructura. El análisis de estas tensiones requiere metodologías cualitativas que permitan acceder a la vivencia subjetiva de los jóvenes, a los significados que atribuyen a su identidad digital y a los procesos mediante los cuales negocian constantemente entre sus deseos, las expectativas sociales mediadas digitalmente y sus propios valores y aspiraciones.

La construcción de la identidad juvenil en la contemporaneidad no puede comprenderse sin considerar el papel central que los contenidos digitales juegan como mediadores de la experiencia subjetiva. Las plataformas digitales han transformado radicalmente los contextos en los que los jóvenes desarrollan su sentido del yo, generando nuevas formas de socialización, comparación y validación que coexisten con mecanismos tradicionales de construcción identitaria.

Sin embargo, esta influencia no es simplemente restrictiva o negativa. Como señalan Maldonado et al. (2024), la relación entre los jóvenes y los contenidos digitales es compleja, permitiendo tanto fuentes de conexión, inspiración y comunidad como espacios de presión, inseguridad y distorsión de la autopercepción. La tarea de la investigación es comprender en profundidad esta complejidad,

identificando los mecanismos específicos mediante los cuales los contenidos digitales influyen en la identidad, las variaciones según contextos, géneros y características individuales, y las estrategias que los jóvenes desarrollan para navegar críticamente este ecosistema digital.

Métodos

Netnografía

1. Objeto De Estudio

El objeto de estudio de esta investigación netnográfica es analizar cómo los contenidos digitales influyen en la construcción de la identidad personal de mujeres jóvenes, de entre 18 y 25 años, interesadas en la moda, las tendencias estéticas y el estilo de vida. Esta población ha sido seleccionada por su alta exposición a redes sociales visuales como TikTok, donde circulan constantemente modelos idealizados de belleza, comportamiento y consumo que pueden impactar directamente en la percepción del “yo”, los procesos de autodefinición y la autenticidad. Al encontrarse en una etapa clave de formación de identidad, estas jóvenes constituyen un grupo especialmente susceptible a la influencia de los algoritmos, las tendencias virales y la validación externa. La investigación se centrará tanto en su participación en espacios digitales como TikTok, como en sus prácticas cotidianas en entornos presenciales, con el objetivo de comprender de forma integral cómo se construye, adapta o fragmenta la identidad juvenil bajo el impacto de los contenidos digitales contemporáneos.

2. Metodología Netnográfica

2.1. Diseño metodológico

Se aplicó una metodología cualitativa basada en la netnografía, que permite estudiar comunidades digitales y cómo esto influye en la identidad de las jóvenes estudiantes universitarias de entre 18 y 25 años desde una perspectiva etnográfica adaptada al entorno virtual. La investigación se desarrolló durante cinco días consecutivos, combinando observación participante en TikTok con observaciones en el

campus y entrevistas previamente estructuradas en el contexto universitario.

2.2. Cronograma de observación

Día 1: Entrevistas presenciales: Identificación de discursos sobre identidad, cambio personal y redes sociales.

Se realizaron entrevistas estructuradas a seis estudiantes universitarias, con preguntas orientadas a explorar su percepción sobre identidad personal, cambios recientes y el papel de las redes sociales en dicho proceso. Las respuestas fueron transcritas y analizadas temáticamente, identificando patrones discursivos relacionados con autenticidad, evolución personal y presión social.

Día 2: Observación de contenidos en TikTok con enfoque a la exploración de hashtags: Registro de estéticas dominantes y símbolos visuales.

Se inició la observación participante en TikTok, enfocándose en publicaciones bajo los hashtags (#Cleangirl #Messygirl, que son las tendencias en estética más populares actualmente. Se registraron elementos visuales, narrativos y simbólicos presentes en los videos, como rutinas estéticas, estilos de vestimenta y expresiones emocionales. Se tomaron notas de campo sobre el tono, lenguaje y estética dominante en cada tendencia.

Día 3: Análisis de interacciones y comentarios: Detección de dinámicas de validación, comparación y pertenencia.

Se profundizó en el análisis de comentarios en publicaciones virales, identificando dinámicas de validación, comparación y retroalimentación entre usuarios. Se documentaron expresiones comunes, uso de emojis, memes y reacciones que refuerzan o cuestionan los modelos estéticos propuestos. Este día permitió observar cómo se construyen significados colectivos en torno a la identidad digital.

Día 4: Contraste entre prácticas digitales y presenciales: Contraste entre estética digital y estilo presencial.

Se realizó observación directa en el entorno universitario, registrando estilos de vestimenta, actitudes y expresiones que pudieran vincularse con las estéticas digitales observadas. Se contrastaron las prácticas cotidianas con los discursos y modelos vistos en TikTok, identificando casos de apropiación crítica, imitación pasiva o reinterpretación personal.

Día 5: Sistematización y análisis emocional: Codificación temática y análisis emocional transversal.

Se integraron los datos recolectados en una matriz temática, codificando categorías como identidad, estética, emociones, autenticidad y presión social. Se identificaron emociones predominantes como ambivalencia, ansiedad estética, empoderamiento simbólico y comparación constante. Este análisis permitió comprender las tensiones entre el “yo auténtico” y el “yo digitalmente moldeado”.

2.3. Registro de observación

Día 1: *Transcripción Entrevistas*

¿Cómo describirías tu identidad personal? ¿Sientes que ha cambiado en los últimos años? ¿Por qué?

Persona 1: Yo me identifico como una persona responsable, amable, tranquila, quizás un poco introvertida e inteligente. Y sí, yo diría que ha cambiado bastante, ya que antes, por ejemplo, me consideraba una persona muy insegura. Pero a través de los años me he conocido mejor. He vivido muchas experiencias familiares, he pasado por cambios, y ahora me considero muy diferente a lo que era antes.

Persona 2: Yo me considero una persona muy amable, muy abierta a nuevas experiencias. Me encanta demostrar amor y recibir amor. Soy muy responsable, respetuosa y genuina. Sí, yo creo que todas las experiencias de la vida te van forjando y te hacen cambiar. No somos la misma persona que éramos hace diez años.

Persona 3: Yo me considero una persona muy sentimental, que siente mucho, amable, alegre y honesta. Creo que, justamente por la pandemia, pasé mucho tiempo estudiando en casa, entonces no tenía la oportunidad de descubrir qué me gustaba y qué no. Ahora que salgo más, por la universidad y todo, tengo la oportunidad de explorar qué otras cosas conforman mi identidad.

Persona 4: Pues yo me describiría como una persona honesta, responsable y con buenos valores. Sí, creo que todo lo que se agrega a tu vida te deja una enseñanza, y vas madurando mientras creces. Con el tiempo, empiezas a ver las cosas desde una perspectiva diferente.

Persona 5: Yo me describiría como una persona abierta y alegre. Creo que todo depende de lo que vayas viviendo; eso te va formando como otra persona y vas creciendo con el tiempo.

Persona 6: Yo me describiría como una persona extrovertida, alegre y honesta. Siento que, conforme pasan los años y las experiencias, uno va aprendiendo, cambiando y mejorando ciertas cosas que antes hacía mal. También cambia la manera en que ves las cosas.

¿Crees que las redes sociales han formado parte integral del proceso de construcción de tu identidad? ¿Por qué?

Persona 1: Sí, yo creo que, como hemos estado envueltos en redes desde muy pequeños, hemos visto cambios en la sociedad que nos han influido como personas.

Persona 2: Sí, sí. Yo creo que, al cien por ciento, todo lo que consumimos en redes sociales nos ayuda a forjarnos. Aspiramos a ciertas cosas que nos motivan a alcanzarlas.

Persona 3: Justamente creo que no solo las redes sociales, sino cualquier interacción con otras personas influye. Al final, absorbemos todas esas cosas. Y sí, hay cosas con las que, ya sea por nuestros valores o por cómo nos criaron, nos

identificamos y adoptamos ciertas conductas que vemos en redes sociales.

Persona 4: Sí, yo creo que, de alguna u otra forma, las redes afectan tus decisiones. Normalmente caes en tendencias, y eso puede hacer que cambies tu forma de ser.

Persona 5: Sí, yo también siento que sí afecta, porque ves cosas que antes no conocías. A lo mejor empiezas a inclinarte más hacia esas otras cosas y alineas tus gustos según lo que ves.

Persona 6: En parte sí. Al final de cuentas, no te quitan tu manera de ser. No se trata de dejar que las redes sociales cambien cómo piensas, pero sí te mueven un poco. Por ejemplo, me gusta el estilo de vida de cierta persona, y trato de parecerme en ese aspecto. También influye cómo te ven los demás en tus redes.

Día 2: Exploración de hashtags: Registro de estéticas dominantes y símbolos visuales

Durante este día nos enfocamos en explorar el algoritmo de TikTok a través de distintos hashtags relacionados con moda, estilo de vida y estética femenina. A partir del registro, identificamos que una de las estéticas más dominantes en la plataforma es el popular “Clean Look”, tendencia que se ha mantenido vigente en los últimos meses. Esta estética no solo promueve una imagen específica —piel luminosa, maquillaje natural, ropa neutra y ordenada—, sino que también está acompañada de una narrativa aspiracional. Abundan los videos que explican cómo debes actuar, vestirse e incluso organizar tu vida para “ser una Clean Girl”, lo que refuerza un ideal de perfección y autocontrol.

En contraposición, encontramos una creciente presencia de la estética “Messy Girl”, que se plantea como una alternativa a Clean Look. Si bien también tiene códigos visuales definidos —ropa más relajada, peinados desarreglados intencionalmente, cierto aire de espontaneidad—, su valor principal radica en la búsqueda de autenticidad. Muchas creadoras acompañan esta

estética con video-ensayos donde reflexionan sobre temas como el conservadurismo, la presión estética y la necesidad de representar estilos de vida más reales y menos idealizados. A partir de nuestras observaciones, notamos que, aunque la #Messy Girl nace como una respuesta liberadora, ambas estéticas —al volverse virales— tienden a generar nuevas formas de encasillamiento, presionando a las usuarias a identificarse plenamente con una u otra imagen. Esto nos lleva a reflexionar sobre cómo, incluso las estéticas que surgen como resistencia, pueden terminar reproduciendo lógicas similares de validación externa.

Día 3: Detección de dinámicas de validación, comparación y pertenencia.

Día 4: Contraste entre prácticas digitales y presenciales: Contraste entre estética digital y estilo presencial.

Actividad: Entrevista informal a 10 chicas universitarias (18-25 años) en campus

Pregunta: *¿Con cuál estética te identificas más: Clean Girl o Messy Girl? ¿Por qué?*

Persona 1:

Yo soy mil veces más Messy Girl, la neta. Me encanta el rollo relajado, como que no todo tenga que estar perfecto. Siento que me representa más, porque soy medio caótica y me gusta que eso también se note en cómo me visto o me arreglo.

Persona 2:

Creo que entre las dos soy más Clean Girl, pero no porque me esfuerce, sino porque me gusta lo minimalista. Me siento más en control, me da paz mental verme “ordenada”, literal. Aunque a veces sí me harto de eso.

Persona 3:

La verdad ni sabía que existían esas categorías hasta que lo vi en TikTok, pero pensándolo bien, creo que soy más Clean Girl. Me gusta todo lo que es skincare, uñas limpias, ropa

clara... se siente como tener la vida resuelta, aunque no sea cierto jajaja.

Persona 4:

Yo creo que estoy en el medio, ¿sabes? O sea, hay días que me despierto toda Messy y me vale, pero hay otros en los que quiero dar la estética Clean, como cuando tengo algo importante. Depende de cómo me sienta.

Persona 5:

Messy Girl, full. Me gusta el desorden bonito, el pelo despeinado, los libros tirados, todo eso. Me siento más real así. A veces siento que la Clean Girl es muy presión de tenerlo todo perfecto y me abruma.

Persona 6:

Mmm, yo diría que soy Clean Girl, porque me gusta cuidar los detalles, aunque me lleve más tiempo. Me gusta verme bien arreglada, tipo glowy skin, cabello peinado, outfits neutros. Pero también porque en redes eso es lo que más se ve.

Persona 7:

Messy, por completo. Me gusta la idea de que no todo tiene que estar perfecto para ser bonito. Además siento que es una estética más honesta, más cercana a cómo somos en realidad.

Persona 8:

Me gusta la Clean Girl pero no siento que yo lo sea. O sea, lo veo como algo aspiracional, pero en mi día a día soy más desordenada. Como que me esfuerzo por parecer Clean, pero no siempre lo logro jaja.

Persona 9:

A mí me gusta mucho la estética Clean porque se ve más profesional y elegante. Siento que es más aceptada también en lugares como la universidad o cuando estás trabajando. Pero sé que también viene con mucha presión de mantener una imagen.

Persona 10:

Siento que las dos son personajes que nos venden, la verdad. Pero si tuviera que elegir, diría Messy Girl, porque me siento más libre siendo yo sin tener que verme perfecta todo el tiempo.

Día 5: Sistematización y análisis emocional: Codificación temática y análisis emocional transversal. Durante este día se integraron los datos recolectados en una matriz temática, a partir de la cual se codificaron diversas categorías clave relacionadas con nuestro objeto de estudio: identidad, estética, emociones, autenticidad y presión social. Este proceso de análisis permitió ordenar los hallazgos obtenidos en los días anteriores y profundizar en las dinámicas que se generan en torno a las estéticas observadas.

A partir de la comparación entre las tendencias Clean Girl y Messy Girl, se identificaron emociones predominantes en las usuarias y participantes entrevistadas, tales como la ambivalencia, la ansiedad estética, el empoderamiento simbólico y la comparación constante. Estas emociones reflejan la complejidad de habitar un entorno digital donde, aunque se promueve la expresión individual, siguen existiendo fuertes mecanismos de validación y moldeamiento identitario.

El contraste entre Clean Girl y Messy Girl reveló que, si bien ambas propuestas estéticas parecen responder a modelos distintos —una más normada y aspiracional, la otra más relajada y "auténtica"—, ambas terminan generando formas de encasillamiento. Esta tensión entre el “yo auténtico” y el “yo digitalmente moldeado” fue una constante que surgió tanto en los discursos expresados por las participantes como en los contenidos analizados en TikTok. Así, el análisis evidencia que, incluso las estéticas que nacen como reacción a la presión digital, pueden reforzar nuevas formas de exigencia estética y comportamental, afectando la libertad con la que los jóvenes construyen su identidad en el entorno digital.

Tabla 1.
Términos clave dentro de la observación de comunidades digitales

Categoría	Observación clave	Ejemplos de TikTok/referencias
Identidad	Las participantes se identifican parcialmente con las estéticas observadas, pero muchas expresan sentirse divididas entre cómo son y cómo deberían ser.	Joven universitaria: Hay días que soy clean y otros messy, depende más de cómo me siento que de querer encajar. pero igual siento que tengo que elegir.
Estética	Las tendencias Clean Girl y Messy Look dominan el contenido visual en TikTok, cada una tiene símbolos visuales claros (ropa neutra vs. estilo desordenado).	Videos #grwm promueven pasos para ser Clean; en contraste, video ensayos sobre Messy Look hablan de romper reglas, pero siguen patrones visuales.
Emociones	Emociones frecuentes: ambivalencia, ansiedad por la imagen, sensación de empoderamiento al encajar y frustración por la comparación constante.	"Siento que me estreso si no me veo como ellas, me gusta cómo me veo como Clean Girl, pero a veces me cansa tanto esfuerzo.
Autenticidad	Algunas chicas consideran que seguir estas estéticas les permite expresarse, pero otras sienten que están actuando un personaje.	Me gusta el estilo, pero no sé si soy yo de verdad, subo fotos clean, pero mi cuarto está hecho un caos jaja.
Presión Social	Existe una presión implícita, por definirse bajo una estética correcta	Todas mis mutuales son Clean, si subo algo diferente siento que no va a gustar: TikTok te va llevando a un tipo de contenido y de estética

Focus Group

1. Tipo de Estudio

Este estudio se desarrolló bajo un enfoque cualitativo orientado a comprender de manera profunda cómo los contenidos digitales influyen en la construcción de la identidad personal de mujeres jóvenes de entre 18 y 25 años. Se eligió este tipo de estudio porque permite explorar percepciones, emociones, procesos internos y significados subjetivos que no pueden ser

captados mediante métodos cuantitativos. El objetivo es identificar cómo las participantes interpretan, negocian y reconstruyen su identidad a partir de su interacción constante con redes sociales como TikTok e Instagram.

2. Diseño de Investigación

Se utilizó un **diseño de investigación cualitativo basado en la técnica del focus group**, complementado con análisis interpretativo de frecuencias semánticas. El estudio se estructuró en dos fases:

2.1. Focus Group

Se realizó una sesión grupal con mujeres universitarias dentro del rango de edad seleccionado, en un ambiente moderado y guiado por preguntas abiertas orientadas a explorar experiencias personales, emociones y percepciones relacionadas con:

- Identidad personal y esencia
- Cambios identitarios
- Influencia de las redes sociales
- Comparación social
- Autenticidad
- Emociones derivadas del consumo digital
- Estrategias de resistencia o cuidado

La dinámica grupal favoreció la conversación espontánea y la co-construcción de significados entre participantes, permitiendo identificar patrones comunes y tensiones individuales.

2.2. Análisis categorial y de frecuencias

Una vez transcrita la discusión, se clasificaron las respuestas según categorías emergentes como *cambio*, *esencia*, *comparación*, *autenticidad* e *identidad*. La frecuencia de aparición de estas palabras y conceptos permitió reforzar la interpretación cualitativa mediante patrones observables.

3. Instrumento Utilizado

El instrumento principal fue una **guía de preguntas para focus group**, diseñada para provocar reflexión introspectiva y discusión grupal. El instrumento aborda dimensiones centrales de la identidad juvenil contemporánea y su relación con el entorno digital.

Anexo del Instrumento (Guía de Preguntas del Focus Group)

Guía de preguntas:

1. ¿Cómo describirías tu identidad personal?
2. ¿Consideras que tu identidad ha cambiado a lo largo de los años? ¿De qué manera?
3. ¿Crees que las redes sociales forman parte del proceso de construcción de tu identidad?
4. ¿Has sentido presión por adaptar tu imagen o comportamiento en redes para encajar en estándares o tendencias?
5. ¿Qué tipo de contenido digital consumes con mayor frecuencia?
6. ¿De qué forma ese contenido influye en cómo te percibes a ti misma?
7. ¿Has modificado algún aspecto de tu identidad (estilo, preferencias, hábitos) a partir de influencers o comunidades digitales?
8. ¿Tu identidad digital refleja 100% quién eres fuera de las plataformas?
9. ¿Qué emociones predominan cuando comparas tu vida con lo que ves en redes sociales?
10. ¿Qué estrategias utilizas para preservar tu identidad personal frente a la influencia constante de contenidos digitales?

4. Proceso de Recolección de Datos

El proceso constó de tres etapas:

4.1. Selección de la muestra

La muestra fue intencional y no probabilística, integrada por mujeres jóvenes universitarias de 18 a 25 años que utilizan activamente redes sociales visuales. Este perfil fue elegido debido a su alta exposición a

contenidos digitales aspiracionales y su etapa vital de exploración identitaria.

4.2. Aplicación del instrumento

El focus group se llevó a cabo en tres sesiones de aproximadamente 60 minutos. La conversación fue grabada en audio para su posterior transcripción. La moderadora guió la discusión con la guía de preguntas previamente diseñada, asegurando igualdad de participación y respeto del flujo natural de la charla.

4.3. Sistematización inicial

Posteriormente, las respuestas fueron organizadas en tablas de frecuencia y tablas de interpretación, identificando palabras clave, significados recurrentes y ejemplos textuales que respaldan cada categoría.

5. Análisis de Datos

El análisis se realizó mediante dos técnicas complementarias:

5.1. Análisis temático

Se identificaron categorías como cambio, esencia, comparación, autenticidad, identidad digital, etc. Cada categoría se relacionó con los discursos de las participantes para detectar:

- percepciones comunes,
- tensiones identitarias,
- contradicciones,
- emociones predominantes,
- mecanismos de influencia digital.

5.2. Análisis de frecuencias semánticas

Se contabilizó cuántas veces aparecieron conceptos clave dentro de las respuestas, lo que permitió identificar:

- Relevancia emocional o cognitiva de ciertos temas
- Palabras más asociadas a la identidad
- Intensidad del impacto de redes sociales

- Este cruce entre lo interpretativo y lo cuantitativo enriqueció la comprensión del fenómeno y facilitó la validación del análisis.

Tabla 2.
Tabla de frecuencias

Palabra	Significado	Frecuencia	Comentario Ejemplo
Cambio	Representa el proceso constante de transformación personal influido por las redes. Se percibe como inevitable.	60/60	4/18 Yo describiría mi identidad personal, muy femenina y estática, ya que no me gusta mucho el cambio, entonces siempre me gustan las mismas cosas. 14/18 Semi fluida, siento que mis valores pueden mantenerse estables, pero todo el tiempo estoy en constante cambio y con eso voy descubriendo o cambiando aspectos de mi persona.
Esencia	Es entendida como el núcleo personal que debería permanecer estable pese a la influencia de las modas y tendencias digitales. Es lo que las jóvenes quieren conservar frente al cambio.	45/60	Sí, he cambiado cosas de mi estilo o mis gustos acorde a lo que me llame la atención, no procuro cambiar nunca por opiniones de los demás, pero siempre intento mantener mi esencia y no perder lo que realmente soy.
Comparación	Se asocia con emociones negativas como inseguridad, frustración o desmotivación. Es vista como consecuencia directa del consumo aspiracional de	49/60	Sí, a veces. Es difícil no compararse o sentir que “deberías” lucir o comportarte de cierta manera, pero con el tiempo he aprendido a soltar esa presión y ser más real. 4/9 Pues realmente mi estilo de vida lo considero bastante tanto

	redes, especialmente en TikTok e Instagram.		entretenido como activo, no sigo influencers más que amigos lo cual también me da como un resguardo de esa exposición a ese tipo de contenido pero si me comparara con ellos creo que me sentiría indiferente.
Autenticidad	Es el valor más aspiracional: “ser una misma” sin fingir. Las jóvenes admiten que mantener la autenticidad es difícil en entornos donde el algoritmo dicta lo que se ve y lo que se aprueba.	31/60	Me considero una persona auténtica, empática y curiosa. Creo que mi identidad se construye a partir de lo que siento, las experiencias que vivo y las relaciones que mantengo. No soy exactamente la misma en todos los espacios, pero trato de mantener una esencia coherente: alguien que busca crecer, aprender y ser fiel a lo que cree, incluso cuando eso implica ir contra lo que otros esperan de mí.
Identidad	Es el eje central del discurso. Las jóvenes la asocian con quiénes son, pero también con quiénes proyectan ser en redes. Refleja la tensión entre el “yo real” y el “yo digital”.	37/60	Creo que ya lo he repetido varias veces, pero algo que me ayuda a mí mucho es justo eso no hacer mi vida para las redes, sino que usar las redes con mi vida, es decir que lo mismo que hago para las redes lo haría sin redes, y si no es algo que haría sin redes, o si no lo posteo o no tiene sentido, entonces no lo hago para nada porque eso ya estaría comprometiendo mi identidad personal

Tabla 3.
Tabla de interpretación de las entrevistas

Dimensión Analizada	Descripción del hallazgo	Influencia de los contenidos
---------------------	--------------------------	------------------------------

Describe tu identidad personal	La mayoría define la identidad como una mezcla de rasgos estables (valores, gustos, "esencia") y elementos en evolución (experiencias, contextos). Muchas participantes subrayan la creatividad, la familia y la coherencia personal como núcleos identitarios; otras reconocen fluidez y cambios constantes.	Muestra que las jóvenes reconocen un núcleo interno (esencia) pero aceptan que la identidad se reconstruye, lo que hace plausible que los contenidos digitales actúen como agentes que modifican gustos y comportamientos sin necesariamente borrar el "núcleo". Esto confirma la hipótesis de que la exposición a tendencias puede alterar manifestaciones identitarias externas.
Cambio de la identidad personal a lo largo de los años	Prácticamente todas reportan cambios: madurez emocional, ajuste de prioridades, y evolución en gustos. Atribuyen esos cambios a experiencias personales, contexto social y, en varios casos, a la exposición a nuevas referencias (personas, medios, redes).	Refuerza la idea de que la identidad juvenil es dinámica y susceptible a influencias externas; las redes aparecen como una de las fuentes de nuevos referentes que aceleran o direccionan dichos cambios. Esto apoya el enfoque en contenido digital como factor de transformación identitaria.
Las redes sociales como parte integral del proceso de construcción de tu identidad	Mayoría afirma que sí, aunque en distinto grado: unas lo ven como inspiración parcial, otras como un elemento central. Aparecen matices: algunos ven contenido útil (información, cultura), otros reconocen efecto de comparación y presión.	Evidencia directa de que las plataformas (TikTok, Instagram) participan en la construcción identitaria: no solo transmiten estilos, sino que brindan modelos a imitar o cuestionar, confirmando que los contenidos digitales son actores relevantes en la configuración del "yo".
Presión por adaptarla	Respuestas mixtas pero significativas: varias admiten haber sentido presión	Muestra el mecanismo psicológico (presión de grupo/algorítmica) por el cual los contenidos

imagen o comporta miento en redes para encajar en ciertos estándar es o tendencias	(especialmente en etapas previas), otras dicen haber aprendido a manejarla o a priorizar autenticidad. La presión suele asociarse a deseo de pertenencia y miedo a quedar fuera.	inducen conformidad estética o conductual, confirmando el planteamiento del problema sobre imitación y pérdida de autenticidad.
Tipo de contenido o digital consumido con mayor frecuencia y cómo influye en la autopercepción	Predomina el consumo de TikTok, Reels, vlogs y contenido de estilo de vida; también hay podcast y contenidos formativos. Las participantes describen efectos duales: inspiración y aprendizaje por un lado; comparación y cuestionamiento personal por otro.	Indica que tipos específicos de contenido son canales concretos de influencia que modelan percepciones corporales, de estilo y de proyecto vital, por lo que el análisis debe considerar formatos y géneros de contenido además del canal.
Modificación de aspectos de la identidad tras la exposición a influencers, comunidades y/o narrativas digitales	Respuestas variadas: algunas niegan cambios, otras reconocen pequeños ajustes (estilo, consumo, productos), y varias admiten adaptaciones conscientes que mantienen la "esencia". Muchos cambios son por inspiración más que por presión.	Señala que la influencia digital opera tanto por imitación pasiva (seguir tendencias) como por asimilación selectiva (tomar lo que se adapta a uno). Por tanto, la investigación debe diferenciar modificación superficial (moda) de transformaciones más profundas (valores, creencias).
La identidad digital como reflejo de la persona fuera de las plataformas	Predomina la respuesta "no del todo": la identidad digital se percibe como una versión curada o parcial de la persona. Varias admiten autocensura o selección de contenidos; unas pocas consideran que su perfil es fiel.	Confirma la existencia de una performatividad digital: la identidad en redes es una construcción estratégica (branding personal), lo que coincide con tu planteamiento sobre identidad digital como "gestión" y con el riesgo de que la

imagen pública termine condicionando la identidad auténtica		
Emociones que predominan al comparar la vida con lo visto en redes sociales	Emociones mixtas: envidia/anhelo, frustración, nostalgia, motivación y a veces indiferencia. La intensidad varía según el estado emocional y la precaución personal (algunas toman la comparación como impulso; otras la sufren).	Muestra el impacto afectivo de los contenidos aspiracionales: la comparación es un mediador emocional clave entre exposición digital y efectos sobre autoestima/autoimagen, lo que merece atención en tu análisis de consecuencias psicológicas.
Compro meter la autenticidad por la necesidad de mantener una presencia digital activa	Varias admiten episodios de pérdida de autenticidad (obligación a postear, cuidar feed), aunque otras han aprendido estrategias para evitarlo (desconexión, seleccionar a quién seguir). Hay conciencia sobre el costo emocional de mantener una “marca” personal.	Apoya la hipótesis de que la gestión constante de la identidad digital puede resultar en auto explotación emocional y en una identidad performativa.
Estrategias utilizadas para preservar la identidad personal frente a la influencia constante de contenidos digitales	Estrategias frecuentes: desconexión temporal, curaduría de a quién seguir, priorizar proyectos reales, recordar la propia esencia, limitar tiempo en redes o evitar publicar por obligación. Muchas recurren al apoyo familiar o a la vuelta a sus raíces culturales/creativas.	Indica vías prácticas para la intervención educativa y comunicativa: las estrategias usadas por las participantes pueden informar programas de alfabetización mediática, prácticas de autocuidado digital y políticas que fomenten resiliencia identitaria.

Resultados

Los resultados de la investigación se obtuvieron a partir del análisis de la netnografía, focus group y entrevistas individuales realizadas durante el curso. Toda la información recolectada fue organizada y sistematizada en una Tabla de Frecuencias y una Tabla de Interpretación de Entrevistas, las cuales permitieron identificar patrones, significados y recurrencias temáticas en el discurso de las participantes. A partir de estas tablas se construyeron cinco hallazgos principales que explican la manera en que las jóvenes comprendieron y vivieron su identidad en relación con los contenidos digitales.

En primer lugar, se encontró que la identidad fue experimentada como un proceso fluido, pero anclado en una esencia estable. Las participantes expresaron que habían cambiado a lo largo de los años, principalmente por experiencias personales, madurez y nuevas influencias sociales. Sin embargo, muchas afirmaron conservar una “esencia” que permanecía intacta. En la Tabla de Frecuencias, el concepto cambio registró 60 menciones y esencia acumuló 45, lo que evidenció la coexistencia entre continuidad y transformación en la construcción identitaria. La Tabla de Interpretación señaló además que esta esencia funcionaba como punto de referencia frente a la influencia de las modas y tendencias digitales, confirmando que la identidad se ajustaba, pero no se disolvía ante la exposición mediática.

El segundo hallazgo mostró que las redes sociales influyeron directamente en la autopercepción de las jóvenes. La mayoría reconoció que TikTok, Instagram y los Reels afectaron su forma de verse a sí mismas, especialmente en aspectos relacionados con vestimenta, estilo de vida y expectativas personales. De acuerdo con la Tabla de Interpretación, las participantes consumían con frecuencia contenido aspiracional, como vloggers de estilo de vida, rutinas estéticas, hauls y recomendaciones de moda, y esto moldeaba tanto

sus gustos como sus hábitos cotidianos. Asimismo, las jóvenes señalaron que comparaban sus logros, cuerpos y rutinas con lo que veían online, lo que reforzó la comprensión de las redes como agentes activos en la autopercepción.

En tercer lugar, se identificó que la presión estética fue un fenómeno constante en la experiencia de las participantes. Aunque varias mencionaron haber aprendido a manejarla con el tiempo, reconocieron haber sentido en distintos momentos la necesidad de cumplir con ciertos estándares visuales dictados por el algoritmo y las tendencias. Comentarios como “a veces siento que debería verme de cierta manera” o “si subo una foto, tiene que verse bien” aparecieron repetidamente en las respuestas. La Tabla de Frecuencias mostró 49 menciones relacionadas con la comparación, una de las principales fuentes de esta presión. En la Tabla de Interpretación, se explicó que esta presión no necesariamente era explícita, sino silenciosa, acumulativa y normalizada dentro de las dinámicas digitales.

El cuarto hallazgo reveló que la comparación funcionó como el puente emocional más fuerte entre el contenido digital y la vivencia identitaria. Las participantes reportaron emociones como ansiedad, frustración, inseguridad, deseo e incluso motivación, aunque esta última aparecía acompañada de sentimientos de insuficiencia. La Tabla de Interpretación mostró que esta ambivalencia emocional surgía cuando los contenidos aspiracionales actuaban simultáneamente como inspiración y amenaza para la autoestima. Las jóvenes compararon no solo su apariencia física, sino también sus rutinas, logros, relaciones y formas de vida, lo que evidenció que la influencia emocional de las redes operaba de manera profunda y transversal.

Finalmente, el quinto hallazgo indicó que la autenticidad fue un ideal altamente valorado, pero difícil de sostener en la práctica. Aunque las participantes buscaban “ser ellas mismas”, reconocieron que su identidad digital correspondía más a una versión curada y

seleccionada que a un reflejo completo de su persona. Según la Tabla de Frecuencias, la categoría autenticidad registró 31 menciones, pero los comentarios señalaban prácticas de autocensura, selección estratégica de contenido y cuidado estético del feed. La Tabla de Interpretación reforzó esta idea al describir la identidad digital como una forma de branding personal, donde la coherencia visual y narrativa se priorizaba sobre la espontaneidad. Esto demostró que la autenticidad se vivió como una aspiración, pero no siempre como una experiencia cotidiana dentro del entorno digital.

En conjunto, los resultados permitieron comprender cómo las jóvenes negocian constantemente entre su identidad interna, las expectativas digitales, las presiones estéticas y la necesidad de mantener una presencia “aceptable” dentro de redes. Las tablas analizadas mostraron que la influencia de los contenidos digitales no solo se manifestó en cambios estéticos o conductuales, sino también en procesos emocionales y reflexiones profundas sobre quiénes eran y quiénes deseaban ser.

Bibliografía

- Antón, R., Levratto, V. (2021) La construcción de la identidad digital en las redes sociales: un estudio cuantitativo en Argentina y España. La imagen como elemento determinante en la identidad y acción digital. *Revista Latinoamericana de Estudios de Cuerpos, Emociones y Sociedad*, 36(13), 23-32. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8026530.pdf>
- Bernal, A., Tello, L., Cintia, A., Troya, L., Pluas, A., Cabrera, M., Jumbo, K. (2025). El impacto del uso de redes sociales en la autoestima de adolescentes. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 9(1), 498-517. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i1.15733
- Butler, S. (2024). Young people on social media in a globalized world: self-optimization in highly competitive and achievement-oriented forms of life. *Frontiers In Psychology*, 15, 1340605. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1340605>
- Castillo, M., Medina, E., León, G. (2024). Redes sociales y comparación social en adolescentes de México: implementación de modelo interdisciplinar. *Miguel Hernández Communication Journal*, 15, 323-344. <https://doi.org/10.21134/ns223y53>
- Charmaraman, L., Delcourt, C. (2021). Prototyping for social wellbeing with early social media users: Belonging, experimentation, and self-care. *Proceedings of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 704, 1-18. <https://doi.org/10.1145/3411764.3445332>
- Chen, S. (2024). The impact of TikTok short videos on minors under the perspective of cultivation theory. *Review of Communication and Human Studies*, 4(3), 1-18. <https://ojs.scineer-pub.com/index.php/RCHA/article/view/4024>
- Del Prete, A., Redon, S. (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas*, 19(1), 1-11. <http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue1-fulltext-1834>
- Doñate, Á., García, G., & Gómez, D. (2022). Los jóvenes y los contenidos digitales, una relación en movimiento. *eLearning Innovation Center, UOC*. <https://blogs.uoc.edu/elearning-innovation-center/es/los-jovenes-y-los-contenidos-digitales-una-relacion-en-movimiento/>
- García, S., Granizo, G., Ortiz, A., Game, S., Serrano, W. (2025). Relación entre el uso excesivo de redes sociales y los síntomas de ansiedad social en adultos jóvenes. *SAGA Revista Científica Multidisciplinar*, 2(3), 298-310. <https://doi.org/10.63415/saga.v2i3.204>
- Gómez-Urrutia, V., & Jiménez, A. (2022). Identidad en la era digital: construcción de perfiles en redes sociales en adolescentes chilenos/as. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, 29, 1. <https://doi.org/10.29101/crcs.v29i0.17430>
- Huerta, G., Torres, C., Lagunes, A. (2021). Diseño y validación de una escala para medir la gestión de la identidad digital. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el desarrollo Educativo*, 12, (22) <https://doi.org/10.23913/ride.v11i22.943>
- Maldonado, J., Zambrano, N., Mancilla, K. (2024). Estereotipos de belleza en redes sociales: impacto en la autoestima femenina. *Religación*, 9(40), e2401183. <https://doi.org/10.46652/rqn.v9i40.1183>
- Martín, D. y Medina, M. (2021). Redes sociales y la adicción al like de la generación z. *Revista de Comunicación y Salud*, 11, 55-76. <https://doi.org/10.35669/rcys.2021.11.e281>
- Naudé, L. (2022). "Protecting my Positivity": Emerging Adults as Social Media Actors, Agents, and Authors. *Emerging Adulthood*, 10(6), 1332-1344. <https://doi.org/10.1177/21676968221121379>
- Nelson, K., Fivush, R. (2019). The Development of Autobiographical Memory, Autobiographical Narratives, and Autobiographical Consciousness. *Psychological Reports*, 123(1), 71-96. <https://doi.org/10.1177/0033294119852574>
- Penn, M. (2007). *Microtrends: The small forces behind tomorrow's big changes*. Hachette UK. https://www.academia.edu/117547412/Microtrends_the_small_forces_behind_tomorrows_big_changes
- Pérez, L. (2024). El desafío de la identidad en la era de la infocracia y la 4T: La democracia en el espacio virtual. *Revista Tlatelolco*. Artículo https://puedjs.unam.mx/revista_tlatelolco/el-desafio-de-la-identidad-en-la-era-de-la-infocracia-y-la-4t-la-democracia-en-el-espacio-virtual/
- Rasmussen, E., Riggs, R., Sauermilch, W. (2021). Kidfluencer exposure, materialism, and U.S. tweens' purchase of sponsored products. *Journal of Children and Media*, 16(1), 68-77. <https://doi.org/10.1080/17482798.2021.1910053>
- Renau, V., Oberst, U., Carbonell, X. (2013) Construcción de la identidad a través de las redes sociales online: una mirada desde el construccionismo social. *Anuario de psicología. The UB Journal of Psychology*. 43(12) 159-170 <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97029454002>
- Rubio, L. (2022) Las redes sociales y su influencia en la identidad de los adolescentes. *Universidad de Sevilla*. <https://idus.us.es/bitstreams/ecf3fb26-d5f6-462e-87bf-1fd1e94d222c/download>
- Soria, P., Villegas, N. (2024). ADICCIÓN a LAS REDES SOCIALES y SU RELACIÓN CON LA AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES. *PSICOLOGÍA UNEMI*, 8(14), 19-29. <https://doi.org/10.29076/issn.2602-8379vol8iss14.2024pp19-29>
- Villegas, M., Castañeda, W. (2020). Contenidos digitales: Aporte a la definición del concepto. *Kepes*, 17(22), 257-276. <https://doi.org/10.17151/kepes.2020.17.22.10>
- Wilksa, T. (2023). *The Role of Social Media in the Creation of Young People's Consumer Identities*. Sage

Open, 13(2). <https://doi.org/10.1177/21582440231177030>

Anexos

Ficha 1.

Título	Identidad en la era digital: construcción de perfiles en redes sociales en adolescentes chilenos/as
Autor (es)	Gómez-Urrutia, V. & Jiménez, A.
Concepto	Identidad digital como marca personal
Teoría y cita	Según Gómez-Urrutia y Jiménez Figueroa (2022), los jóvenes gestionan su imagen en redes sociales como si se tratara de una marca personal, lo que genera tensiones entre autenticidad y aceptación social. Esta dinámica revela procesos identitarios mediados por la lógica del marketing digital y la exposición constante.
Bibliografía	Gómez-Urrutia, V., & Jiménez, A. (2022). Identidad en la era digital: construcción de perfiles en redes sociales en adolescentes chilenos/as. <i>Convergencia Revista De Ciencias Sociales</i> , 29, 1-24. https://doi.org/10.29101/crcs.v29i0.17430
Nota	La presente cita se utilizará para la Influencia de los contenidos digitales en la identidad juvenil.

Ficha 2.

Título	Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad
Autor (es)	Del Prete, A. & Redon, S.
Concepto	Subjetividad algorítmica e identidad juvenil
Teoría y cita	Del Prete y Redon (2020) argumentan que los algoritmos de plataformas como TikTok e Instagram moldean la subjetividad juvenil al premiar contenidos virales. Esta lógica algorítmica condiciona la expresión del yo, generando una identidad performativa orientada a la visibilidad.
Bibliografía	Del Prete, A., Redon, S. (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. <i>Psicoperspectivas</i> , 19(1), 1-11. http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue1-fulltext-1834
Nota	La presente cita se utilizará para la Influencia de los contenidos digitales en la identidad juvenil.

Ficha 3.

Título	Relación entre el uso excesivo de redes sociales y los síntomas de ansiedad social en adultos jóvenes
Autor (es)	García, S., Granizo, G., Ortiz, A., Game, S., Serrano, W.
Concepto	La hiperconectividad impulsa la comparación

Teoría y cita	"La hiperconectividad puede funcionar como un mecanismo de evitación y reforzar patrones de inseguridad y comparación social." García et al (2025)
Bibliografía	García, S., Granizo, G., Ortiz, A., Game, S., Serrano, W. (2025). Relación entre el uso excesivo de redes sociales y los síntomas de ansiedad social en adultos jóvenes. <i>SAGA Revista Científica Multidisciplinar</i> , 2(3), 298-310. https://doi.org/10.63415/saga.v2i3.204
Nota	La presente cita se utilizará para la Influencia de los contenidos digitales en la identidad juvenil.

Ficha 4.

Título	Estereotipos de belleza en redes sociales: impacto en la autoestima femenina.
Autor (es)	Maldonado, J., Zambrano, N., Mancilla, K.
Concepto	Presión digital y su influencia en la autoestima
Teoría y cita	"Las redes sociales emergen como un influencer significativo en la percepción corporal y la autoestima. Mientras algunas resisten las presiones en línea, otras sufren inseguridades y bajos niveles de autoestima, generando opiniones divididas. Sin embargo, a pesar de la presión en línea, algunas mujeres logran separar estas imágenes de su autoimagen, encontrando en las redes sociales motivación para cuidar su bienestar físico y mental, demostrando así la complejidad única de las relaciones entre belleza, autoestima y redes sociales."
Bibliografía	Maldonado, J., Zambrano, N., Mancilla, K. (2024). Estereotipos de belleza en redes sociales: impacto en la autoestima femenina. <i>Religación</i> , 9(40), e2401183. https://doi.org/10.46652/rqn.v9i40.1183
Nota	La presente cita se utilizará para la Influencia de los contenidos digitales en la identidad juvenil.

Ficha 5.

Título	Microtrends: The Small Forces Behind Tomorrow's Big Changes
Autor (es)	Penn, M.
Concepto	Microtendencias digitales y manipulación sociopolítica
Teoría y cita	Penn (2007) plantea que pequeñas tendencias digitales pueden ser utilizadas para manipular grupos sociales, incluyendo jóvenes. Estas microtendencias revelan cómo la identidad digital puede ser influenciada por intereses mediáticos y políticos.
Bibliografía	Penn, M. (2007). <i>Microtrends: The Small Forces Behind Tomorrow's Big Changes</i> . https://www.academia.edu/117547412/Microtrends_the_small_forces_behind_tomorrows_big_changes

Nota	La presente cita se utilizará para la Influencia de los contenidos digitales en la identidad juvenil.
------	---

Ficha 6.

Título	El impacto del uso de redes sociales en la autoestima de adolescentes
Autor (es)	Bernal, A., Tello, L., Cintia, A., Troya, L., Pluas, A., Cabrera, M., & Jumbo, K.
Concepto	Influencia compleja de redes sociales en la autoestima de jóvenes
Teoría y cita	Bernal et al. (2025) indican que el efecto de usar intensivamente redes sociales como Instagram, TikTok y Snapchat puede reducir la autoestima en adolescentes, especialmente en quienes se comparan con pares o influenciadores. Sin embargo, el uso para fortalecer vínculos sociales puede ser beneficioso. Señalan además diferencias por género y sugieren estrategias pedagógicas para un uso crítico y equilibrado.
Bibliografía	Bernal, A., Tello, L., Cintia, A., Troya, L., Pluas, A., Cabrera, M., & Jumbo, K. (2025). El impacto del uso de redes sociales en la autoestima de adolescentes. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 9(1), 498-517. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i1.15733
Nota	La presente cita se utilizará para la Influencia de los contenidos digitales en la identidad juvenil.

Ficha 7.

Título	Los jóvenes y los contenidos digitales, una relación en movimiento
Autor (es)	Doate, A., García, G., Gómez, D.
Concepto	Dinámicas de consumo digital y formación identitaria juvenil
Teoría y cita	Doate et al. (2022) examinan las tendencias, hábitos y relaciones dinámicas que los jóvenes tienen con el contenido digital, destacando la evolución constante del consumo y el papel de las tecnologías móviles y audiovisuales en la formación educativa y social de los adolescentes. Señalan la importancia de entender estos cambios para la educación y el desarrollo crítico de la identidad.
Bibliografía	Doate, A., García Brustenga, G., Rosa Gómez Cardosa, D. (2022). Los jóvenes y los contenidos digitales, una relación en movimiento. eLearning Innovation Center, UOC. https://blogs.uoc.edu/elearning-innovation-center/es/los-jovenes-y-los-contenidos-digitales-una-relacion-en-movimiento/
Nota	La presente cita se utilizará para la Influencia de los contenidos digitales en la identidad juvenil.

Ficha 8.

Título	El desafío de la identidad en la era de la infocracia y la 4T: La democracia en el espacio virtual
Autor (es)	Pérez, L.
Concepto	Polarización política, desinformación y construcción de identidad en la era digital.
Teoría y cita	Pérez Ramos (2024) analiza cómo la fragmentación mediática, la desinformación y el uso de bots y trolls en redes sociales exacerbaban la polarización política en México durante el periodo de la 4T, afectando la construcción identitaria y el diálogo democrático. Expone que la identidad se vuelve cada vez más una expresión emocional y partidaria que dificulta el debate racional y el entendimiento mutuo.
Bibliografía	Pérez, L. (2024). El desafío de la identidad en la era de la infocracia y la 4T: La democracia en el espacio virtual. Revista Tlatelolco. Artículo https://puedjs.unam.mx/revista_tlatelolco/el-desafio-de-la-identidad-en-la-era-de-la-infocracia-y-la-4t-la-democracia-en-el-espacio-virtual/
Nota	La presente cita se utilizará para la Influencia de los contenidos digitales en la identidad juvenil.

Ficha 9.

Título	Adicción a las redes sociales y su relación con la autoestima en adolescentes.
Autor (es)	Soria, P., Villegas, N.
Concepto	Sentimientos ocasionados por la adicción a redes sociales.
Teoría y cita	“La adicción a las redes sociales es una de las problemáticas que afecta a la población de los adolescentes, lo que genera conductas desadaptativas acompañada de sentimientos de frustración, aislamiento, pérdida de control y dependencia.” Soria, P., Villegas, N. (2024). La exploración de las emociones que generan las redes sociales sustentan que hay un efecto, y por lo tanto, posible influencia de los contenidos digitales en la vivencia del día a día de los jóvenes.
Bibliografía	Soria, P., Villegas, N. (2024). ADICCIÓN a LAS REDES SOCIALES Y SU RELACIÓN CON LA AUTOESTIMA EN ADOLESCENTES. PSICOLOGÍA UNEMI, 8(14), 19-29. https://doi.org/10.29076/issn.2602-8379vol8iss14.2024pp19-29p
Nota	La presente cita se utilizará para la Influencia de los contenidos digitales en la identidad juvenil.

Ficha 10.

Título	Redes sociales y comparación social en adolescentes de México: implementación de modelo interdisciplinar.
--------	---

Autor (es)	Castillo, M., Medina, E., León, G.
Concepto	Deterioro de la propia imagen de la persona.
Teoría y cita	"El deterioro o percepción negativa o errónea de la imagen personal por el llamado fenómeno de comparación social es un camuflaje en el desarrollo de la identidad de los jóvenes, quienes viven en un mundo virtual que cambia constantemente." Castillo et al (2024) p. 340. La comparación que se da gracias a los contenidos digitales, sí influye en la percepción de la propia imagen, por lo que nos da pie a investigar qué tanto pueden influir los contenidos digitales en esta.
Bibliografía	Castillo, M., Medina, E., León, G. (2024). Redes sociales y comparación social en adolescentes de México: implementación de modelo interdisciplinar. Miguel Hernández Communication Journal, 15, 323-344. https://doi.org/10.21134/ns223y53
Nota	La presente cita se utilizará para la Influencia de los contenidos digitales en la identidad juvenil.

Ficha 11.

Título	Las redes sociales y su influencia en la identidad de los adolescentes.
Autor (es)	Rubio, L.
Concepto	¿Cómo se lleva a cabo el proceso de creación de identidades en la adolescencia?
Teoría y cita	"En esta edad se produce un gran cambio, la opinión de los padres y la familia pasa a un segundo plano, convirtiéndose en su principal preocupación lo que los demás iguales piensen sobre ellos. Esto es un aspecto que se ve acentuado en las redes sociales, puesto que estos espacios dan lugar a interpretaciones y a que la gente especule y opine libremente" Rubio, L. (2022) p.40. La construcción de la identidad en los jóvenes es muy vulnerable a agentes externos, esta cita nos ayuda a comprender los efectos que pueden tener los contenidos digitales en la construcción de este.
Bibliografía	Rubio, L. (2022) Las redes sociales y su influencia en la identidad de los adolescentes. Universidad de Sevilla. https://idus.us.es/bitstreams/ecf3fb26-d5f6-462e-87bf-1fd1e94d222c/download
Nota	La presente cita se utilizará para la Influencia de los contenidos digitales en la identidad juvenil.

Ficha 12.

Título	La construcción de la identidad digital en las redes sociales
Autor (es)	Antón, R., Levratto, V
Concepto	Formación de la identidad digital

Teoría y cita	"Nuestras identidades en la web son la suma de cada rastro que producimos sobre nosotros mismos y que no proceden únicamente de nuestra imagen sino también de la información escrita que dejamos y que ayuda a los demás a identificarnos, reconocernos y comprendernos." Antón, R. Levratto, V. (2021) p. 30. Esta cita nos ayuda a responder la pregunta de ¿Qué es la identidad digital? Y por lo tanto, cómo esta puede influir en la construcción de la propia identidad de la persona.
Bibliografía	Antón, R., Levratto, V. (2021) La construcción de la identidad digital en las redes sociales: un estudio cuantitativo en Argentina y España. La imagen como elemento determinante en la identidad y acción digital. Revista Latinoamericana de Estudios de Cuerpos, Emociones y Sociedad, 36(13), 23-32. https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8026530.pdf
Nota	La presente cita se utilizará para la Influencia de los contenidos digitales en la identidad juvenil.

Ficha 13.

Título	Redes sociales y la adicción al like de la generación z.
Autor (es)	Martín, D. y Medina, M.
Concepto	Peligros de vivir por la aprobación digital
Teoría y cita	"Lo digital está presente, pero sin una guía correcta, se pueden llegar a experimentar problemas psicológicos como la adicción a los likes, a vivir un mundo de fantasía en el cual se piensa que se puede ser perfecto" Martín, D. y Medina, M. (2021) p. 59. El riesgo de los jóvenes a buscar validación digital los orilla a vivir en una realidad distorsionada que afecta a su persona.
Bibliografía	Martín, D. y Medina, M. (2021). Redes sociales y la adicción al like de la generación z. Revista de Comunicación y Salud, 11, 55-76. https://doi.org/10.35669/rcys.2021.11.e281
Nota	La presente cita se utilizará para la Influencia de los contenidos digitales en la identidad juvenil.

Ficha 14.

Título	Diseño y validación de una escala para medir la gestión de la identidad digital
Autor (es)	Huerta, G., Torres, C., Lagunes, A.
Concepto	Gestión de la identidad digital.
Teoría y cita	"La gestión de la identidad digital implica un proceso permanente y consciente del manejo de información personal y contenido que se comparte en Internet, con miras a protegerla privacidad y reputación digital." Huerta et al (2021). La identidad digital conlleva un proceso

	consciente de selección, por lo que los contenidos digitales pueden influir en la formación de esta.
Bibliografía	Huerta, G., Torres, C., Lagunes, A. (2021). Diseño y validación de una escala para medir la gestión de la identidad digital. Revista Iberoamericana para la Investigación y el desarrollo Educativo. 12 (22) https://doi.org/10.23913/ride.v11i22.943
Nota	La presente cita se utilizará para la Influencia de los contenidos digitales en la identidad juvenil.

Bibliografía	Renau, V., Oberst, U., Carbonell, X. (2013) Construcción de la identidad a través de las redes sociales online: una mirada desde el construccionismo social. <i>Anuario de psicología. The UB Journal of Psychology</i> . 43(12) 159-170 https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97029454002
Nota	La presente cita se utilizará para la Influencia de los contenidos digitales en la identidad juvenil.

Ficha 15.

Título	The Development of Autobiographical Memory, Autobiographical Narratives, and Autobiographical Consciousness
Autor (es)	Nelson, K., Fivush, R.
Concepto	Construcción de la narrativa autobiográfica
Teoría y cita	"Narratives are a critical form of human consciousness, and that this form is learned through everyday social interactions that are linguistically mediated." Nelson, K. Fivush, R. (2019). La narrativa al verse afectada con interacciones diarias, esto significa que puede ser alterada también por los contenidos digitales, alterando la forma en la que construimos nuestra memoria autobiográfica.
Bibliografía	Nelson, K., Fivush, R. (2019). The Development of Autobiographical Memory, Autobiographical Narratives, and Autobiographical Consciousness. <i>Psychological Reports</i> , 123(1), 71-96. https://doi.org/10.1177/0033294119852574
Nota	La presente cita se utilizará para la Influencia de los contenidos digitales en la identidad juvenil.

Ficha 16.

Título	Construcción de la identidad a través de las redes sociales online: una mirada desde el construccionismo social
Autor (es)	Renau, V., Oberst, U., Carbonell, X.
Concepto	Cambio como factor de la narrativa identitaria
Teoría y cita	"La memoria generada de los cambios y acontecimientos de vida es el eje que impone cohesión y consistencia al "fluir". Por eso, la elaboración de narrativas es un factor clave en la historia de la identidad." Renau et al (2013) p 167. El cambio es un factor clave en la construcción de la identidad, es importante considerarlo dentro de nuestro análisis de la formación de la identidad.

La influencia de TikTok en la construcción de nuevas figuras públicas y tendencias culturales

Aello Payán, Paulette

paello@anahuac.mx

López Xavier, Cristina

cristina_lopez@anahuac.mx

Gutiérrez Hernández, Víctor Efrén

00532827@anahuac.mx

Borunda Morales, Rodolfo Mario

rodolfo.borunda@anahuac.mx

Resumen

Esta investigación analizó cómo TikTok se consolidó como una plataforma central en la creación de nuevas figuras públicas y en la transformación de las dinámicas culturales contemporáneas. Se identificó como problema principal la sustitución de los filtros tradicionales de legitimación —como disqueras o televisoras— por mecanismos de viralidad y algoritmos que impulsaron celebridades instantáneas, muchas veces desvinculadas de criterios de calidad o trayectoria previa. El objetivo fue comprender de qué manera la viralidad, la economía de la atención y la lógica algorítmica redefinieron la fama digital.

La metodología combinó revisión bibliográfica, análisis de casos virales y aplicación de instrumentos mixtos: encuestas cuantitativas y entrevistas cualitativas a usuarios frecuentes de TikTok. A partir de ello, se esperó encontrar una democratización del acceso a la visibilidad, acompañada de riesgos asociados a la superficialidad, la presión emocional, la dependencia algorítmica y la fugacidad del reconocimiento digital.

Los resultados permitieron concluir que TikTok reconfiguró la noción de éxito, privilegiando la inmediatez, la exposición constante y la participación masiva. Así, la viralidad se presentó como un fenómeno capaz de generar oportunidades inéditas, pero también como un modelo inestable que transformó profundamente la cultura mediática actual.

Palabras clave: TikTok, fama digital, algoritmos, viralidad, cultura contemporánea.

Abstract

TikTok has established itself as one of the most influential platforms of the digital era, transforming traditional processes of fame construction (Debord, 1967). The central problem identified is the replacement of previous quality filters—record labels, television networks, or production companies—by dynamics of virality and algorithms that generate instant celebrities (van Dijck, Poell & de Waal, 2018). The methodology combines a literature review, analysis of viral creator cases, and the application of quantitative surveys to identify consumption and perception patterns. Expected results point to the democratization of access to fame but also to risks associated with superficiality and the fleeting nature of digital attention (Papacharissi & Theodoulidis, 2020). Ultimately, this study aims to understand how virality redefines the notion of success in contemporary culture and the challenges this trend poses to creators, brands, and consumers.

Keywords: TikTok, virality, digital success, fame, algorithm.

Introducción

TikTok se consolidó como una de las redes sociales más influyentes del siglo XXI. Lo que inició como una aplicación de videos breves evolucionó hasta convertirse en una plataforma capaz de moldear gustos, lenguajes, tendencias culturales, música, moda y comportamientos sociales a escala global. Cada día, millones de usuarios interactúan con un flujo constante de contenidos que buscan atraer su atención, mientras otros tantos aspiran a convertirse en figuras públicas a través de la viralidad de un solo video.

En este contexto, la construcción de la fama cambió profundamente. Las disqueras, televisoras o productoras dejaron de ser las únicas entidades que definían quién podía alcanzar reconocimiento. TikTok instauró un modelo basado en algoritmos, participación masiva y microcontenidos que captan emociones de manera inmediata. Esto abrió la posibilidad de que cualquier usuario, sin trayectoria previa ni recursos significativos, obtuviera visibilidad y notoriedad en cuestión de horas.

Este fenómeno planteó interrogantes esenciales sobre cómo funciona la viralidad, qué papel desempeñan los algoritmos en la creación de celebridades y qué tan sostenible es la fama digital que emerge en esta plataforma. Dado que TikTok influye en la música, la moda, la economía de los creadores y las formas contemporáneas de comunicación, resulta indispensable analizar su papel en la cultura actual. La presente investigación exploró estos procesos para comprender cómo TikTok transformó los modelos tradicionales de éxito y visibilidad en la sociedad contemporánea.

Importancia del tema

TikTok no solo ha transformado el entretenimiento: ha modificado la manera en que se reconoce el talento, se consume cultura y se construye el éxito. Mientras los medios tradicionales imponían filtros estrictos, TikTok

abre las puertas a cualquier persona con creatividad y un celular. Esta democratización redefine conceptos esenciales como mérito, autenticidad, influencia y fama.

Problema que se aborda

¿Cómo influye TikTok en la construcción de nuevas celebridades mediante dinámicas de viralidad y sistemas algorítmicos?

El problema central que se estudia es cómo TikTok ha desplazado los procesos tradicionales de creación de celebridades, instaurando un sistema basado en la viralidad y los algoritmos. Mientras que antes el reconocimiento dependía de intermediarios y grandes plataformas mediáticas, ahora un video puede otorgar fama casi instantánea. Sin embargo, esta dinámica también plantea interrogantes:

- ¿Es sostenible la fama digital?
- ¿Qué calidad tienen los contenidos virales?
- ¿Qué impacto cultural generan estas nuevas celebridades “sin criterio”, es decir, sin filtros o procesos previos de selección?

Justificación

El crecimiento acelerado de TikTok ha transformado de manera profunda los procesos de construcción de la fama y la forma en que los individuos consumen, producen y valoran contenido en la cultura digital contemporánea. Este fenómeno no solo reconfiguró las prácticas de entretenimiento, sino que modificó las dinámicas culturales, sociales y económicas que antes estaban determinadas por instituciones tradicionales como televisoras, disqueras o productoras. Dado que cualquier usuario puede obtener visibilidad global a partir de un solo video viral, resulta necesario comprender cómo estas dinámicas se han instaurado y qué implicaciones tienen para la sociedad, especialmente entre los jóvenes.

El problema central que motivó esta investigación se relaciona con la sustitución de los

filtros de legitimación tradicionales por sistemas algorítmicos que privilegian la viralidad sobre el mérito, la trayectoria o la calidad del contenido. Esto ha dado lugar a un nuevo modelo de celebridad caracterizado por la inmediatez, la superficialidad y la exposición constante. En este sentido, comprender por qué TikTok se convirtió en un espacio donde la fama puede surgir sin criterio previo resulta esencial para analizar sus efectos en la identidad, la percepción del éxito y la construcción de aspiraciones culturales.

La importancia del estudio radica en que TikTok no opera únicamente como una plataforma de entretenimiento; funciona como un ecosistema social que moldea comportamientos, influye en el lenguaje, consolida tendencias y determina nuevas formas de interacción. Asimismo, la plataforma tiene un impacto económico significativo, ya que influye en la promoción de marcas, en la industria musical, en la mercadotecnia digital y en la economía de los creadores. Investigar este fenómeno permite comprender cómo la viralidad redefine el acceso a la visibilidad y cómo los usuarios negocian su identidad en un entorno donde los indicadores numéricos —reproducciones, “me gusta”, comentarios y seguidores— adquieren un valor simbólico central.

Además, este estudio aporta una perspectiva relevante sobre los efectos psicológicos y sociales asociados a la fama digital. La exposición constante a contenido viral puede generar comparación social, presión por mantener relevancia, ansiedad y dependencia del algoritmo. Para muchos jóvenes, TikTok se ha convertido en un referente de éxito, lo que puede distorsionar la percepción del esfuerzo, el mérito y la estabilidad emocional. Por ello, resulta indispensable analizar cómo esta plataforma influye en las aspiraciones, la autoestima y la conducta de quienes consumen o producen contenido de manera regular.

El objetivo general de esta investigación fue analizar cómo TikTok impulsa la creación de nuevas celebridades y tendencias culturales a partir de dinámicas de viralidad y algoritmos, con el fin de comprender su impacto en la cultura mediática actual. Para ello, se plantearon los siguientes objetivos específicos: definir el funcionamiento de TikTok como plataforma orientada a la viralidad, examinar de qué manera la aplicación transforma la noción de fama tradicional y describir los métodos de investigación utilizados para analizar casos virales, hábitos de consumo y percepciones de los usuarios.

Justificar esta investigación implica reconocer que TikTok ha alterado de forma significativa la manera en que la sociedad interpreta el éxito, la visibilidad y el reconocimiento. En una cultura definida por la inmediatez y la exposición pública, estudiar este fenómeno contribuye a comprender los cambios estructurales que atraviesa el ecosistema digital y su impacto en las nuevas generaciones. Analizar la plataforma desde una perspectiva académica permite ofrecer una visión crítica sobre el papel del algoritmo, la democratización de la fama, la fugacidad del reconocimiento y los riesgos que acompañan a este nuevo modelo de celebridad.

En conclusión, esta investigación resultó necesaria para identificar y explicar cómo TikTok reconfiguró los procesos de construcción de la fama y para comprender las consecuencias culturales, psicológicas y sociales que emergen de este fenómeno. Su estudio permite aportar herramientas conceptuales y reflexivas que enriquecen el análisis de la cultura digital contemporánea y que resultan indispensables para comprender las transformaciones del entorno mediático actual.

Marco teórico

La fama en la era del espectáculo digital

La fama, entendida como un fenómeno social, cultural y mediático, ha estado en

constante transformación a lo largo de la historia de la humanidad. Desde las figuras heroicas de la antigüedad, que representaban virtudes guerreras o religiosas, pasando por las élites políticas y artísticas de la modernidad, hasta las celebridades mediáticas del siglo XX, este concepto ha reflejado siempre los valores, aspiraciones y mecanismos de visibilidad propios de cada época. En la Grecia clásica, por ejemplo, los héroes y atletas olímpicos eran exaltados como símbolos de honor y fuerza; en la Edad Media, los santos y monarcas encarnaban ideales de espiritualidad y poder; mientras que en la modernidad, artistas, filósofos y científicos se convirtieron en referentes del progreso humano. A lo largo de todos estos periodos, la fama ha operado como un espejo cultural que muestra aquello que cada sociedad considera valioso o digno de admiración.

En la segunda mitad del siglo XX, el filósofo Guy Debord (1967) introdujo el concepto de *sociedad del espectáculo*, en el cual la vida social y política se convierte en una representación mediática. Según Debord, los individuos ya no se relacionan directamente con la realidad, sino con imágenes y narrativas construidas para el consumo colectivo. La experiencia humana, en este marco, se ve mediatizada por pantallas, símbolos y relatos cuidadosamente diseñados. Las celebridades, por tanto, funcionaban como productos culturales: símbolos elaborados por instituciones como televisiones, disqueras o productoras cinematográficas, que tenían el poder de decidir qué rostros y qué historias podían trascender en la esfera pública. La fama no era espontánea, sino resultado de un proceso de fabricación simbólica que transformaba a individuos en íconos.

Durante gran parte del siglo pasado, la fama estuvo ligada a un sistema de exclusividad. Se configuraba como un privilegio reservado a unos cuantos, un estatus social moldeado a través de estrategias de mercadotecnia, publicidad y control mediático. En este contexto, las estrellas de cine de la llamada “época dorada de

Hollywood” o los íconos musicales de los años ochenta y noventa, como Madonna o Michael Jackson, funcionaban como referentes aspiracionales. Estas figuras eran representadas como lejanas, inalcanzables, rodeadas de un halo de glamour que reforzaba la frontera entre “lo ordinario” y “lo extraordinario”. La fama, entonces, operaba como un ideal de consumo cultural que alimentaba la admiración, el deseo de imitación y, en muchos casos, la construcción de mitologías modernas en torno a las celebridades.

Con la llegada de internet en la década de los noventa y la expansión de las plataformas digitales en los años posteriores, este modelo comenzó a transformarse de manera profunda. El desarrollo de la Web 2.0 y, posteriormente, de las redes sociales, inauguró una etapa en la que la fama dejó de ser exclusivamente un privilegio mediado por las grandes industrias culturales. La visibilidad, entendida como el eje central de la fama, se democratizó. Ahora, cualquier persona con acceso a internet podía convertirse en generadora de contenidos y, potencialmente, alcanzar notoriedad a través de la viralidad. Jenkins (2006) señala que la cultura digital abrió paso a un ecosistema de convergencia cultural, en el cual las audiencias dejaron de ser meros consumidores para convertirse también en productores, curadores y difusores de contenidos. Este giro significó el debilitamiento del monopolio mediático y la emergencia de una comunicación más horizontal.

En este nuevo escenario, las dinámicas de reconocimiento social cambiaron radicalmente. Plataformas como YouTube, Instagram y, más recientemente, TikTok, han redefinido lo que significa “ser famoso”. Ya no se trata únicamente de ocupar un lugar en la televisión o en la radio, sino de ser capaz de generar contenido que conecte con los intereses y emociones de millones de usuarios. La figura de la celebridad se diversifica: junto a actores, cantantes o deportistas, surgen ahora los llamados *creadores de contenido* o influencers, quienes construyen comunidades digitales basadas en la cercanía, la

inmediatez y una aparente autenticidad. La celebridad ya no necesariamente se presenta como inalcanzable, sino como alguien “como nosotros”, que comparte su vida cotidiana, sus pasiones y hasta sus vulnerabilidades en tiempo real.

En particular, TikTok puede entenderse como el estadio más avanzado de esta lógica digital. Su diseño algorítmico, que privilegia la viralidad sobre la trayectoria previa, permite que cualquier video tenga la posibilidad de alcanzar millones de visualizaciones, sin que el prestigio del creador sea un factor determinante. Este modelo rompe con las jerarquías tradicionales de la industria cultural y coloca en el centro a la capacidad de generar interacción rápida, originalidad en formatos breves y adaptación constante a tendencias. Así, personas comunes pueden transformarse en celebridades digitales de alcance global en cuestión de horas. No obstante, esta aparente apertura refleja también fragilidades: la fama digital es altamente volátil, depende de algoritmos opacos y está sujeta a modas que pueden desvanecerse con la misma rapidez con la que surgieron.

La fama en la era digital presenta, además, nuevas características. Se construye y se destruye con rapidez, depende en gran medida de la participación activa de los usuarios y se sostiene en dinámicas de inmediatez. La cercanía y la transparencia se vuelven valores clave, aunque no siempre sean auténticos; la “autenticidad” digital, en muchos casos, es también una estrategia cuidadosamente diseñada para generar conexión emocional y fidelidad de la audiencia. Asimismo, esta democratización conlleva fenómenos problemáticos como la sobreexposición, el *hate online*, la cultura de la cancelación y la precarización laboral de quienes buscan vivir de su visibilidad digital. Las redes sociales otorgan fama, pero también exponen a un escrutinio constante que puede tener consecuencias devastadoras en la salud mental.

En conclusión, la era del espectáculo digital no elimina las dinámicas descritas por Debord (1967), sino que las amplifica en un escenario globalizado, interactivo e instantáneo. El espectáculo ya no se concentra en unas pocas figuras controladas por instituciones mediáticas, sino que se multiplica en millones de pantallas, donde cada usuario puede aspirar a ser protagonista de su propio relato. No obstante, esta aparente democratización de la fama no necesariamente implica igualdad de oportunidades: la visibilidad depende de algoritmos, tendencias efímeras y capital social digital, lo cual plantea interrogantes sobre la sostenibilidad de este modelo y sus efectos en la identidad, la cultura y la sociedad contemporánea. La fama, en este sentido, sigue siendo un reflejo de los valores sociales, pero también se ha convertido en un espacio de tensión donde coexisten el deseo de reconocimiento, la presión por la inmediatez y la fragilidad de un éxito que puede desvanecerse en cuestión de segundos.

Viralidad y el poder del algoritmo

Uno de los elementos centrales en la configuración de la fama en TikTok es la **viralidad**. Este fenómeno, relacionado con la rápida difusión de un contenido, no es del todo nuevo; de hecho, Dawkins (1976) acuñó el concepto de *meme* para describir cómo ciertas ideas, símbolos o expresiones culturales se replican y se transmiten de manera similar a los genes en la biología. La noción de meme ya planteaba que la cultura no se transmite únicamente por tradición, sino a través de unidades de información que encuentran mecanismos de propagación en un ecosistema social determinado. Lo novedoso en la era digital es la **velocidad, la escala y la automatización** con las que un contenido puede volverse viral, lo que transforma tanto la experiencia de los usuarios como la forma en que se construye la fama.

En TikTok, la viralidad no depende exclusivamente del azar ni únicamente del talento creativo del usuario, sino de la acción de un

complejo **sistema algorítmico** que decide qué videos mostrar, a qué audiencias y en qué momento. Van Dijck, Poell y de Waal (2018) sostienen que los algoritmos no son neutrales, ya que están diseñados bajo lógicas que responden a intereses tanto económicos como políticos. Esto significa que la visibilidad masiva no surge de un espacio libre y democrático, sino de un proceso filtrado por un “poder invisible” que determina qué contenidos se priorizan y cuáles quedan relegados. En este sentido, TikTok opera como un gran **filtro sociotécnico**, capaz de moldear tendencias globales y establecer patrones de consumo cultural.

El **For You Page (FYP)** es el núcleo de esta lógica algorítmica. Allí, cada usuario recibe un flujo de videos que no responde a una selección aleatoria, sino a un cálculo basado en sus interacciones previas: el tiempo de visualización, los “me gusta”, los comentarios, la frecuencia de compartir y hasta las pausas o repeticiones en un mismo clip. El objetivo principal de este mecanismo es maximizar el tiempo de permanencia en la aplicación, de manera que la plataforma logre retener la atención y, en consecuencia, generar más oportunidades de monetización publicitaria. Este funcionamiento es ejemplo directo de lo que Davenport y Beck (2001) denominaron la “**economía de la atención**”, un sistema en el que la atención de los usuarios es el recurso más valioso y, a la vez, el más escaso. TikTok compite, junto con otras plataformas digitales, por captar y mantener la mirada de los usuarios el mayor tiempo posible, utilizando para ello la viralidad instantánea como motor de atracción.

La consecuencia inmediata de esta dinámica es que un video creado por un usuario anónimo y sin seguidores puede, de la noche a la mañana, alcanzar millones de reproducciones y comentarios. Esta posibilidad representa una ruptura con los modelos tradicionales de la fama, en los que la visibilidad requería de intermediarios institucionales. Sin embargo, también introduce un rasgo de fragilidad: así

como un contenido puede catapultar a la popularidad a su creador en cuestión de horas, esa fama puede desvanecerse con la misma rapidez. El ciclo de la viralidad es fugaz, porque la atención colectiva se desplaza constantemente hacia nuevas tendencias, audios, retos o narrativas emergentes.

Papacharissi y Theodoulidis (2020) subrayan que la viralidad en plataformas como Tik Tok premia principalmente la **inmediatez y el impacto instantáneo**, dejando en segundo plano factores como la calidad estética, la coherencia narrativa o la profundidad del mensaje. Esto genera un tipo de fama **volátil y dinámica**, en la que los creadores se ven obligados a participar en una carrera constante por mantenerse relevantes. En lugar de descansar en una base sólida de reconocimiento a largo plazo, los llamados “tiktokers” deben actualizarse de manera continua, adaptarse a los cambios del algoritmo, seguir las tendencias emergentes y producir contenido en volúmenes acelerados para no perder vigencia.

Este contexto plantea tanto oportunidades como retos. Por un lado, la viralidad **democratiza** las posibilidades de visibilidad, permitiendo que cualquier persona pueda alcanzar un nivel de exposición global sin importar su origen, recursos económicos o conexiones previas. Por otro lado, genera un ecosistema **altamente competitivo y desgastante**, donde la presión por sostener la atención del público puede derivar en ansiedad, agotamiento creativo o dependencia de la retroalimentación digital. Además, la lógica algorítmica no solo privilegia contenidos ligeros y fáciles de consumir, sino que también puede reforzar estereotipos, concentrar la visibilidad en ciertos formatos y limitar la diversidad de expresiones culturales.

En otras palabras, la fama en TikTok se encuentra marcada por una paradoja: al mismo tiempo que ofrece **acceso abierto y oportunidades inéditas de reconocimiento**, también expone a los creadores a la **volatilidad**

de la atención y la tiranía del algoritmo. La viralidad se convierte así en un arma de doble filo: un motor que impulsa la notoriedad global de un video en cuestión de horas, pero que también establece un escenario de inestabilidad permanente, en el que la relevancia nunca está asegurada.

Fama “sin criterio” y su impacto cultural

La democratización de la fama que ofrecen las redes sociales trae consigo un fenómeno particular: la emergencia de una celebridad “sin criterio”. Con este término se hace referencia a un tipo de fama que no necesariamente está vinculada al talento artístico, al esfuerzo sostenido o al mérito profesional, sino que surge del impacto inmediato generado por un contenido breve y altamente compartible. Esta nueva forma de visibilidad digital representa un quiebre en la manera en que entendemos la notoriedad pública, pues rompe con las estructuras tradicionales que históricamente delimitaban el acceso al estrellato.

En épocas anteriores, alcanzar la fama implicaba atravesar rigurosos filtros de calidad y legitimidad. Los aspirantes a artistas debían someterse a audiciones para ingresar a un sello discográfico, participar en castings para programas de televisión, o bien, invertir años de formación profesional en conservatorios, escuelas de arte o talleres de actuación. La fama, por tanto, era resultado de un proceso que implicaba disciplina, constancia y la validación de instituciones culturales. En cambio, actualmente, un video de apenas quince segundos en TikTok o un clip viral en Instagram Reels puede catapultar a un usuario desconocido al estrellato digital sin necesidad de atravesar esos filtros de legitimación. La mediación institucional se ha debilitado, y el acceso al reconocimiento parece depender de la capacidad de captar la atención masiva en un instante.

Este proceso puede ser interpretado como un avance hacia la democratización, ya que abre espacios a voces y expresiones que en otros

contextos habrían sido marginadas o invisibilizadas. Jóvenes de cualquier región, sin importar sus recursos económicos o contactos previos, pueden alcanzar audiencias globales con un solo clic. Se trata de una apertura significativa que permite mayor pluralidad de narrativas culturales. Sin embargo, junto con esa apertura emergen riesgos importantes. La lógica de la viralidad tiende a premiar lo llamativo, lo superficial y lo inmediato, más que lo complejo o lo elaborado. En la cultura digital, lo central no siempre es el talento en sí, sino la habilidad para atraer atención de manera instantánea (Papacharissi & Theodoulidis, 2020). De este modo, la noción misma de “mérito” se redefine bajo parámetros que privilegian la visibilidad sobre la calidad.

Las consecuencias sociales de esta dinámica son profundas, especialmente en las generaciones más jóvenes, que crecen bajo la influencia de estas nuevas figuras de celebridad. La exposición constante a modelos de éxito basados en la fama inmediata puede derivar en dinámicas de comparación social, ansiedad y una búsqueda incesante de validación a través de indicadores numéricos como los “likes”, los seguidores o las reproducciones. Twenge (2017), en sus investigaciones sobre el impacto de las redes sociales en adolescentes y adultos jóvenes, advierte que este tipo de exposición sostenida se asocia con un incremento en los índices de depresión, ansiedad y sensación de insuficiencia personal. La cultura de la hipercomparación, amplificada por algoritmos que muestran constantemente referentes de popularidad, termina moldeando aspiraciones poco realistas y generando malestar psicológico.

A su vez, la fugacidad de esta fama “sin criterio” abre interrogantes sobre la sostenibilidad de los nuevos modelos de celebridad. Mientras algunos creadores logran consolidar una carrera a partir de un primer éxito viral —como en el caso de Charli D’Amelio, quien pasó de crear coreografías en TikTok a convertirse en una figura reconocida internacionalmente, o de Mr

Beast, que transformó sus contenidos virales en un imperio empresarial en YouTube—, la mayoría de los usuarios desaparecen tras un breve momento de visibilidad. Este fenómeno evidencia la diferencia crucial entre la fama efímera, sostenida únicamente por la novedad, y la construcción de un legado digital duradero, que requiere planeación estratégica, reinención constante y autenticidad frente a la audiencia.

En este contexto, la cultura contemporánea, profundamente marcada por la inmediatez, parece valorar más el impacto instantáneo que la calidad o el contenido con profundidad. La lógica de las plataformas digitales prioriza lo novedoso, lo que retiene la atención por segundos y lo que provoca una reacción emocional inmediata. La fama en TikTok, por tanto, se convierte en un espejo de las prioridades culturales actuales: rapidez, novedad y entretenimiento constante. No es casualidad que los contenidos más exitosos suelen caracterizarse por coreografías repetibles, bromas virales, retos masivos o frases llamativas, más que por elaboradas producciones artísticas o reflexiones de fondo.

En última instancia, esta transformación plantea preguntas críticas sobre el valor que la sociedad asigna a la celebridad y sobre los efectos de dicha valoración en la identidad individual y colectiva. ¿Estamos transitando hacia un modelo cultural que mide el éxito por la cantidad de reproducciones más que por la calidad del contenido? ¿Qué implica para las nuevas generaciones el hecho de que la fama parezca estar al alcance de cualquiera, pero al mismo tiempo se muestre volátil y frágil? Estas interrogantes invitan a reflexionar sobre cómo se construyen hoy las aspiraciones, las motivaciones y los referentes culturales. Si bien la democratización digital abre oportunidades inéditas, también exige un debate sobre el tipo de cultura que se está fomentando y sobre el costo psicológico y social de privilegiar la visibilidad por encima del mérito.

El análisis de la fama en la era digital permite comprender cómo TikTok se ha convertido en un fenómeno cultural central. Retomando a Debord (1967), podemos afirmar que el espectáculo sigue presente, pero ahora multiplicado en millones de pantallas y accesible para cualquiera que desee participar en él.

La viralidad y los algoritmos se posicionan como los motores principales de esta nueva lógica de la fama. Gracias a ellos, el reconocimiento ya no depende de los grandes medios tradicionales, sino de la capacidad de un contenido de captar la atención en un ecosistema digital hipercompetitivo.

Finalmente, la idea de una fama “sin criterio” refleja tanto la democratización como la fragilidad de este modelo. Por un lado, abre la puerta a nuevas voces y diversifica el panorama cultural; por otro, genera dinámicas de superficialidad, ansiedad y obsolescencia rápida.

En conclusión, TikTok y fenómenos similares nos muestran que la fama contemporánea es inmediata, efímera y profundamente dependiente de la atención como recurso central. Comprender estos procesos resulta indispensable para analizar no solo el impacto de las redes sociales, sino también los cambios más amplios en la cultura y la sociedad actual.

Ficha 1

Título	La sociedad del espectáculo
Autor	Guy Debord
Concepto	La fama como parte de un espectáculo social mediado por las industrias culturales.
Teoría y cita	"En el mundo realmente invertido, lo verdadero es un momento de lo falso" (Debord, 1967, p. 12).
Bibliografía o fuente de consulta	Debord, Guy. (1967). <i>La sociedad del espectáculo</i> . Ediciones de la Flor.
Nota	Fundamenta cómo antes la fama era inalcanzable y dominada por medios tradicionales como televisión o disqueras.

Ficha 2

Título	The platform Society: Public Values in a Connective World
Autor	Zizi Papacharissi & Andreas V. Theodoulidis
Concepto	La viralidad premia el impacto rápido sobre la calidad del contenido
Teoría y cita	Virality often rewards spectacle over substance, favoring emotional intensity rather than informational depth" (Papacharissi & Theodoulidis, 2020, p. 45).
Bibliografía o fuente de consulta	Papacharissi, Z., & Theodoulidis, A. V. (2020). <i>Viral Culture: How social media is changing the way we live and think</i> . Palgrave Macmillan.
Nota	Sirve para sustentar la idea de la fama "sin criterio" en TikTok, donde lo viral no siempre significa calidad.

Ficha 3

Título	Viral Culture: How social media is changing the way we live and think
Autor	Zizi Papacharissi & Andreas V. Theodoulidis
Concepto	La viralidad premia el impacto rápido sobre la calidad del contenido.

Teoría y cita	"Virality often rewards spectacle over substance, favoring emotional intensity rather than informational depth" (Papacharissi & Theodoulidis, 2020, p. 45).
Bibliografía o fuente de consulta	Papacharissi, Z., & Theodoulidis, A. V. (2020). <i>Viral Culture: How social media is changing the way we live and think</i> . Palgrave Macmillan.
Nota	Sirve para sustentar la idea de la fama "sin criterio" en TikTok, donde lo viral no siempre significa calidad.

Ficha 4

Título	Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age Autor: Alice E. Marwick
Autor	La celebridad digital se basa en la creación de una marca personal en redes sociales.
Concepto	La celebridad digital se basa en la creación de una marca personal en redes sociales.
Teoría y cita	"Social media turn micro-celebrities into entrepreneurs of the self, carefully curating authenticity and intimacy" (Marwick, 2013, p. 14).
Bibliografía o fuente de consulta	Marwick, A. E. (2013). <i>Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age</i> . Yale University Press.
Nota	Refuerza el análisis de cómo en TikTok los creadores proyectan autenticidad y cercanía para ganar seguidores.

Ficha 5

Título	Understanding Celebrity
Autor	Graeme Turner
Concepto	La celebridad como un fenómeno cambiante, moldeado por la cultura popular y los medios.
Teoría y cita	"Celebrity is not a fixed identity but a constantly shifting cultural formation shaped by media industries and audiences alike" (Turner, 2014, p. 8).
Bibliografía	Turner, G. (2014). <i>Understanding Celebrity</i> . SAGE

grafía o fuente de consulta	Publications.
Nota	Ayuda a contextualizar cómo la fama ha evolucionado desde la sociedad del espectáculo hasta el escenario digital actual.

Ficha 6

Título	Celebrity, Social Media Influencers and Brand Performance
Autor	Belanche, D.; Flavián, M.; Ibáñez-Sánchez, S. (editores) (2021)
Concepto	Cómo los influencers en redes sociales influyen en el rendimiento de las marcas.
Teoría y cita	Estudia tanto los efectos positivos como los negativos del uso de influencers virtuales y reales sobre marcas, analizando la percepción de seguidores y cómo responde el mercado ante ellos. ("Followers' reactions to influencers' Instagram posts ...")
Bibliografía o fuente de consulta	<i>Celebrity, Social Media Influencers and Brand Performance</i> . PDF online. Belanche, D., Flavián, M. & Ibáñez-Sánchez, S. (2021).
Nota	Útil para entender el lazo entre fama digital e influencia comercial, útil para tu parte de viralidad y consecuencias económicas.

Ficha 7

Título	CELEB 2.0 : How Social Media Foster Our Fascination with ...
Autor	(Anónimo en la vista previa) – autores del libro <i>Celeb 2.0</i>
Concepto	Cómo las redes sociales promueven la fascinación por la celebridad, permitiendo que la fama se reproduzca de nuevas maneras.
Teoría y cita	Analiza que participar en redes sociales satisface deseos de auto-expresión y visibilidad, lo que redefine quién puede ser famoso.

Bibliografía o fuente de consulta	<i>Celeb 2.0: How Social Media Foster Our Fascination with ...</i> , página del libro online PDF preview. (Año depende de edición).
Nota	Sirve para reforzar cómo la fama "entró en las manos de todos" gracias a la conectividad digital.

Ficha 8

Título	Internet Celebrity: Understanding Fame Online
Autor	(No encontré autor específico en la preview)
Concepto	Visión contemporánea de la celebridad en internet, con estudios de caso de plataformas como Instagram, Facebook, YouTube, etc.
Teoría y cita	Describe cómo se facilita la fama en línea a través de mecanismos propios de redes sociales, visibilidad, enganche, participación del público.
Bibliografía o fuente de consulta	<i>Internet Celebrity: Understanding Fame Online</i> . Emerald / Emerald Publishing (preview PDF).
Nota	Muy útil para comparar con Tik Tok: mirar qué hace única esa plataforma frente a modelos ya existentes.

Ficha 9

Título	How Social Media Is Transforming the Future of Language
Autor	Adam Aleksic (2025)
Concepto	Cómo los algoritmos influyen no solo en qué contenido se vuelve visible, sino en cómo hablamos, cómo nos expresamos para "saltar" filtros, para que el algoritmo favorezca lo que posteamos.
Teoría y cita	Explora fenómenos lingüísticos impulsados por algoritmos, codificación de lenguaje, adaptaciones que los creadores hacemos para aparecer más (interest, reach).
Bibliografía o fuente de	Explora fenómenos lingüísticos impulsados por algoritmos, codificación de lenguaje, adaptaciones que los creadores hacemos para aparecer más (interest, reach).

consulta	
Nota	Explora fenómenos lingüísticos impulsados por algoritmos, codificación de lenguaje, adaptaciones que los creadores hacemos para aparecer más (interest, reach).

Ficha 10

Título	Celebrity and Mediated Social Connections: Fans, Friends and Followers in the Digital Age
Autor	Neil M. Alperstein (2019)
Concepto	Estudia la economía de la celebridad mediada, las redes de seguidores, la amistad/percepción de intimidad, y cómo se gestionan las relaciones fans/celebridades en medios digitales.
Teoría y cita	Incluye capítulos sobre micro-celebrity y la presentación de uno mismo en medios digitales, cómo se construye la identidad pública para pequeñas comunidades de seguidores
Bibliografía o fuente de consulta	Alperstein, Neil M. (2019). <i>Celebrity and Mediated Social Connections: Fans, Friends and Followers in the Digital Age</i> . Palgrave Macmillan. Enlace Springer: DOI / página del libro.
Nota	Importante para construir parte del marco sobre autenticidad, cercanía, lo "micro".

Ficha 11

Título	Self-branding, 'micro-celebrity' & the rise of Social Media
Autor	S. Khamis et al. (2017)
Concepto	Cómo el auto-branding y la microcelebridad han crecido con las redes sociales, creando nuevas formas de fama accesible.
Teoría y cita	"Self-branding ... involucra individuos desarrollando una imagen pública distintiva ... cuya fama y seguimiento se logra a través de prácticas mediadas por redes sociales."
Bibliografía o fuente de consulta	Khamis, S. et al. (2017). <i>Self-branding, 'micro-celebrity' & the rise of Social Media</i> . PDF online.

consulta	
Nota	Directo al punto para tu teoría de fama "sin criterio" y democratización de la fama.

Ficha 12

Título	The Facebook Effect: The Inside Story of the Company That Is Connecting the World
Autor	David Kirkpatrick (2010)
Concepto	Cómo Facebook creció y cambió la forma de relacionarnos, de ver la exposición pública, de desarrollar comunidades, y cómo eso destapa nuevas formas de fama.
Teoría y cita	Describe el crecimiento de Facebook no sólo como empresa, sino como fuerza social que redefine qué significa estar "conectado", ser visto, hacer visible.
Bibliografía o fuente de consulta	Kirkpatrick, David. <i>The Facebook Effect: The Inside Story of the Company That Is Connecting the World</i> . Simon & Schuster, 2010. Google Books preview disponible.
Nota	Lo puedes usar para contrastar cómo plataformas más antiguas manejaban fama vs. lo que hace TikTok.

Ficha 13

Título	Fame and Reality
Autor	Xena Mindhurst (aparente)
Concepto	Exploración del impacto psicológico de la fama en redes sociales, incluyendo bienestar, adicción, comparación social.
Teoría y cita	Estudio de cinco años con 500 influencers, comparaciones neurológicas, entrevistas: revela similitudes entre la búsqueda de fama online y patrones de adicción.
Bibliografía o fuente de consulta	<i>Fame and Reality</i> . Google Books vista previa.

Nota	Muy útil para la sección sobre consecuencias personales / psicológicas de la fama digital.
------	--

Ficha 14

Título	Algoritmos. La adicción del siglo XXI
Autor	Carlos Alejandro Ortega Pérez
Concepto	Analiza cómo los algoritmos en redes sociales condicionan comportamientos, generan adicción al contenido constante, y cómo los usuarios se adaptan para captar atención.
Teoría y cita	Examina que los algoritmos no solo moldean qué vemos, sino que también influyen en cuándo y cómo producimos contenido, para permanecer visibles. <i>(No encontré cita exacta, pero la idea está en la sinopsis del libro sobre adicción algorítmica que Ortega desarrolla.)</i>
Bibliografía o fuente de consulta	Ortega Pérez, Carlos Alejandro. <i>Algoritmos. La adicción del siglo XXI</i> . Año 2022. ISBN 978-84-18980-53-4.
Nota	Muy útil para tu parte de “viralidad” y cómo los algoritmos generan presión para producir contenido, incluso sin criterio de calidad, para mantener visibilidad.

Ficha 15

Título	El funcionamiento de los algoritmos en las redes sociales
Autor	Claudio Patiño
Concepto	Explica de forma clara cómo los algoritmos de redes sociales deciden qué contenido mostrar según interacciones, intereses, hashtags, actividad, etc.
Teoría y cita	“Según cuenta TikTok, su algoritmo se basa en los datos básicos del usuario para mostrarle contenido personalizado. Además, también utiliza otra información, como los ‘me gusta’, los usuarios con los que más se interactúa, los temas que se suelen compartir, los que se buscan, aunque no se compartan, los hashtags que usamos, la música que empleamos...etc.”
Bibliografía o	Patiño, Claudio. “El funcionamiento de los algoritmos en las redes sociales”, artículo digital, 21 de octubre

fuentes de consulta	de 2024.
Nota	Sirve especialmente para describir cómo se logra la viralidad en TikTok: lo que busca el algoritmo, qué señales toma en cuenta.

Ficha 16

Título	Algoritmos en Redes Sociales
Autor	Mauro Gabriel
Concepto	Explica cómo los algoritmos filtran contenido, crean “burbujas de filtro” y afectan qué tan visible es un contenido, con efectos en audiencia, diversidad de opiniones y también oportunidades de fama.
Teoría y cita	“Los algoritmos de las redes sociales determinan el contenido que se muestra a cada usuario en función de sus interacciones e intereses, creando ‘burbujas de filtro’...”
Bibliografía o fuente de consulta	Gabriel, Mauro. <i>Algoritmos en Redes Sociales</i> . Documento PDF en Scribd.
Nota	Útil para debatir los límites de la viralidad: aunque un video pueda hacerse famoso, también hay muchas barreras algorítmicas invisibles.

Preguntas cuantitativas con evidencia**1. ¿Cuántas horas al día pasas en TikTok?**

- A. Menos de 1 hora
 B. 1-2 horas
 C. 3-4 horas
 D. Más de 4 horas

2. ¿Qué porcentaje de tu tiempo en redes sociales dedicas a TikTok?

- A. Menos del 25%
 B. 25%-50%
 C. 51%-75%
 D. Más del 75%

3. ¿Cuántos creadores de contenido sigues en TikTok actualmente?

- A. 1-20
- B. 21-50
- C. 51-100
- D. Más de 100

4. ¿Con qué frecuencia compartes videos de TikTok en otras redes sociales?

- A. Nunca
- B. 1-2 veces por semana
- C. 3-5 veces por semana
- D. Diario

5. ¿Cuántos TikToks consumes en promedio por día?

- A. 1-10
- B. 11-30
- C. 31-50
- D. Más de 50

6. ¿Qué tan probable es que sigas a un creador después de ver un video viral suyo?

- A. Escala del 1 al 5 (1 = nada probable, 5 = muy probable)

7. ¿Has descubierto nuevas celebridades (cantantes, actores, influencers) gracias a TikTok?

- A. Sí, más de 10
- B. Sí, entre 5 y 10
- C. Sí, entre 1 y 4
- D. No

8. ¿Qué porcentaje de música nueva que escuchas la conociste primero en TikTok?

- () 0%
- () 1%-25%
- () 26%-50%
- () 51%-75%
- () Más del 75%

9. ¿Cuántos productos o servicios has consumido (ropa, maquillaje, apps, etc.) porque los viste en TikTok?

- () Ninguno
- () 1-3
- () 4-6
- () Más de 6

10. ¿Con qué frecuencia consideras que los videos virales de TikTok carecen de “criterio” o valor cultural?

Escala del 1 al 5 (1 = nunca, 5 = siempre)

11. ¿Cuántas veces al mes intentas recrear tendencias o retos virales de TikTok?

- () Ninguna
- () 1-3 veces
- () 4-6 veces
- () Más de 6 veces

12. ¿Qué porcentaje de los creadores que sigues en TikTok consideras que alcanzaron fama solo por un video viral?

- () Menos del 25%
- () 25%-50%
- () 51%-75%
- () Más del 75%

13. ¿Cuántos seguidores tienes en TikTok?

- () Menos de 100
- () 100-1,000
- () 1,001-10,000
- () Más de 10,000

14. ¿Has dejado de seguir a un creador porque perdió relevancia o dejó de ser viral?

- () Sí, más de 10 veces
- () Sí, entre 5 y 10 veces
- () Sí, entre 1 y 4 veces
- () No

15. ¿Qué tan de acuerdo estás con la frase: “TikTok ha cambiado el concepto tradicional de éxito”?

Escala del 1 al 5 (1 = nada de acuerdo, 5 = totalmente de acuerdo)

Respuestas//Evidencia

Figura 1.

¿Cuántas horas al día pasas en TikTok?

14 respuestas

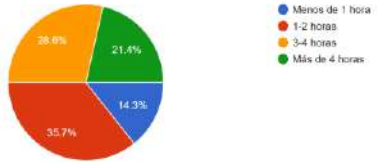


Figura 2.

¿Cuántos creadores de contenido sigues en TikTok actualmente?

14 respuestas

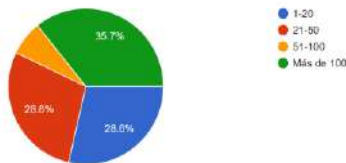


Figura 3.

¿Con qué frecuencia compartes videos de TikTok en otras redes sociales?

14 respuestas

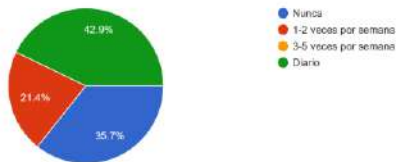


Figura 4.

¿Cuántos TikToks consumes en promedio por día?

14 respuestas

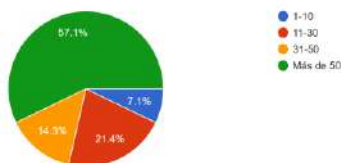


Figura 5.

¿Qué tan probable es que sigas a un creador después de ver un video viral suyo?

14 respuestas

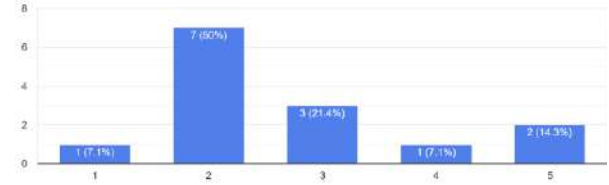


Figura 6.

¿Has descubierto nuevas celebridades (cantantes, actores, influencers) gracias a TikTok?

14 respuestas

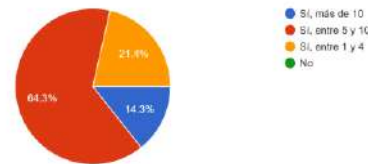


Figura 7.

¿Qué porcentaje de música nueva que escuchas la conociste primero en TikTok?

14 respuestas

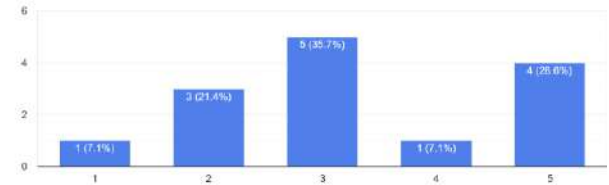


Figura 8.

¿Cuántos productos o servicios has consumido (ropa, maquillaje, apps, etc.) porque los viste en TikTok?

14 respuestas

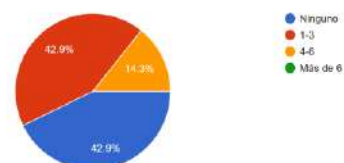


Figura 9.

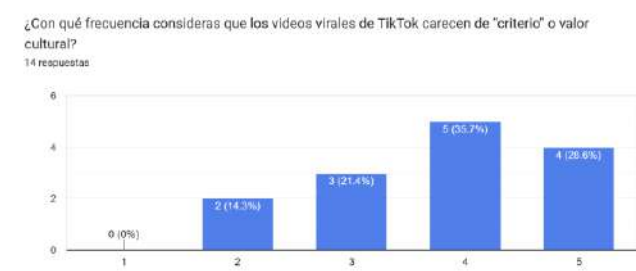


Figura 10.

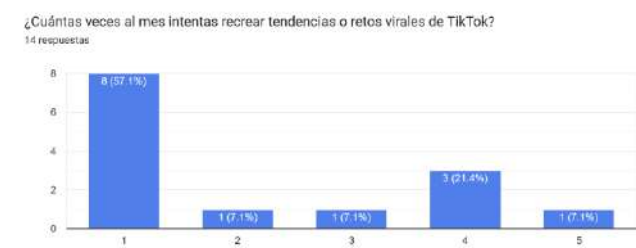
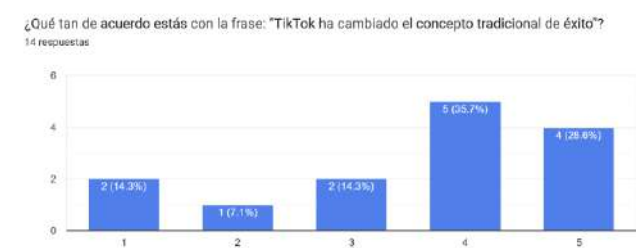


Figura 11.



Figura 12.



Metodología

La investigación será de tipo mixto, tanto cualitativa como cuantitativa y tendrá un diseño exploratorio-descriptivo porque buscamos identificar y describir de qué manera Tik Tok ha transformado los procesos de construcción de la fama y cuáles son los elementos que hacen que un usuario se vuelva viral. Con el enfoque cuantitativo nos ayudará a reconocer patrones en los videos más virales, mientras que el cualitativo ayudará a comprender las experiencias de los creadores de contenido y el impacto que generan.

Instrumentos utilizados

Análisis de contenido: Se observarán videos de Tiktok para registrar información, como números de vistas, los “me gusta”, uso de hashtags, tipo de música o tendencia.

Entrevistas semiestructuradas

Se aplicarán entrevistas a 115 personas que utilizan con frecuencia Tiktok para que nos dijeran sus diferentes opiniones sobre la plataforma y cómo esta influye en algunos gustos que tienen hoy en día.

Proceso de recolección de datos

Se seleccionará una muestra de 100 videos virales que fueron publicados en los últimos 6 meses en Tik Tok de diferentes categorías. La selección será intencional para asegurar diversidad de contenido, después se entrevistará a 15 consumidores de esta plataforma para obtener información cualitativa sobre su experiencia en la plataforma y el algoritmo.

Análisis de datos

Para el análisis cuantitativo se utilizarán gráficas donde se comparen los porcentajes de las respuestas de las personas, para identificar las características más comunes.

Para el análisis cualitativo, harán mediante una codificación temática donde identificamos patrones sobre el algoritmo y

calidad de contenido. Finalmente se integrarán los resultados para generar conclusiones sobre la relación entre viralidad y la construcción de la fama en tiktok.

Determinación de la muestra

Tipo de investigación: Mixta, con diseño exploratorio-descriptivo.

Métodos:

- Cuantitativo: encuesta cerrada (n = 194–203 participantes).
- Cualitativo: entrevistas semiestructuradas (n = 15).
- Análisis de contenido: 100 videos virales de los últimos 6 meses.

Población: Estudiantes de dirección de empresas de entretenimiento y comunicación (N = 320–350 y N = 400–420).

Determinación de muestra:

Basada en Krejcie & Morgan (1970) y Cochran (1977).

→ 175–183 participantes → +10% pérdida → 194–203 encuestas.

Recolección de datos:

Etapas 1: encuestas.

Etapas 2: entrevistas.

Etapas 3: análisis de videos.

Análisis:

- Descriptivo (porcentajes + gráficas).
- Codificación temática.
- Integración interpretativa.

Para determinar el tamaño de la muestra se consideró una población total de entre 320 y 350 estudiantes. De acuerdo con la tabla de Krejcie y Morgan (1970), para una población de este tamaño se recomienda una muestra entre 175 y 181 personas. Este resultado coincide con el cálculo obtenido mediante la fórmula de Cochran (1977) para poblaciones finitas, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

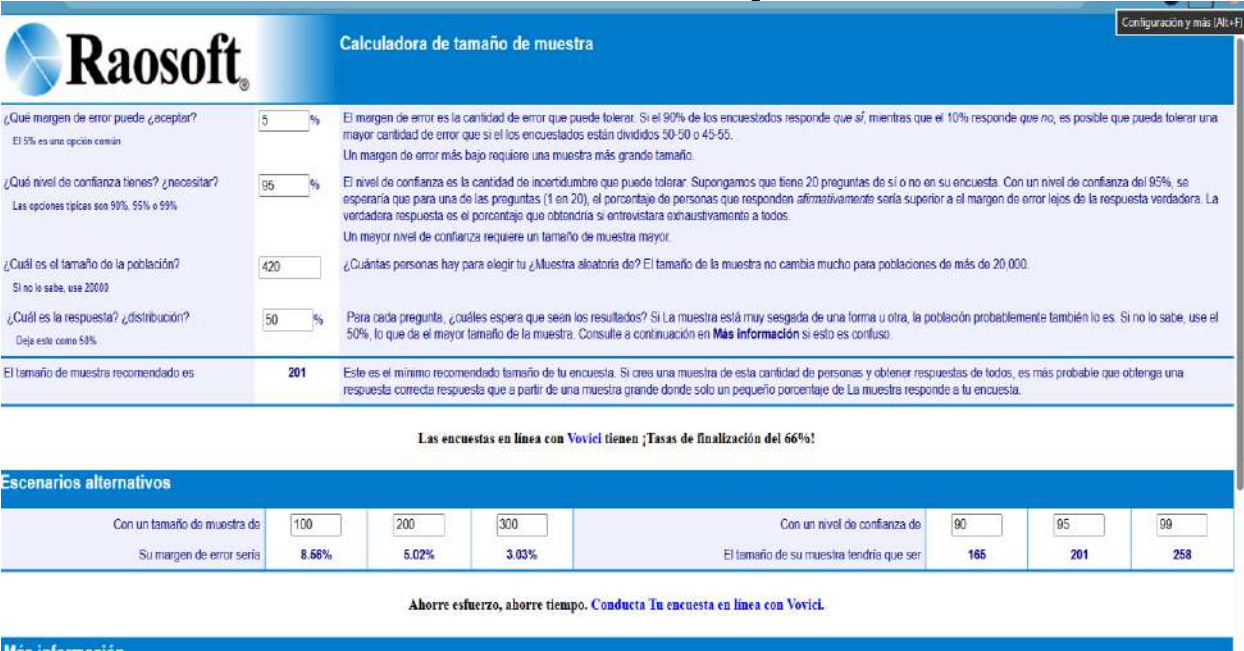
Sin embargo, considerando que en la práctica no todas las personas suelen responder, se añadió un 10% adicional para compensar posibles pérdidas o no respuestas. Por lo tanto, el tamaño final de la muestra estimado para este estudio fue de aproximadamente **194 a 203 encuestas**.

- 1. Investigar su número de población.
320 - 350 en la carrera de Dirección de Empresas de Entretenimiento
400 - 420 en la carrera de Comunicación

- 2. Calcular la muestra de su investigación, usando las herramientas publicadas.
Figura 13.



Figura 14.



3. Pasar a revisión con la maestra, en caso de que esté correcta la muestra, comenzar con su aplicación.

Mínimo 2 carreras de la Anáhuac Querétaro México.

1) Fuente 1 — Krejcie & Morgan (1970) — *Determining Sample Size for Research Activities*

Revisión corta: Es la tabla clásica que muchos trabajos de tesis usan: asume nivel de confianza 95% y margen de error $\pm 5\%$ ($p = 0.5$) y entrega directamente el tamaño de muestra para distintos tamaños de población (N). Es ideal cuando quieres un valor rápido sin cálculos. ([SAGE Journals](#))

Extracto / parte que especifica la muestra (resaltada):

“*Table for Determining Sample Size from a Given Population*” — la tabla muestra, por ejemplo, que para $N = 320 \rightarrow n = 175$ y para $N = 340 \rightarrow n = 181$ (valores extraídos de la tabla de Krejcie & Morgan). Usa chi-cuadrado = 3.841, margen de error 0.05 y $p = 0.5$. ([Open Book Page](#))

(Interpretación práctica: si tu población real es **320**, la tabla recomienda **n = 175**; si fuera **~340**, la tabla da **n = 181** — para N intermedios la tabla se puede interpolar o usar fórmula equivalente). ([Open Book Page](#))

2) Fuente 2 — Cochran (1977) — *Sampling Techniques* (fórmula)

Revisión corta: Cochran propone la fórmula básica para población grande (infinita) y muestra cómo ajustarla cuando la población es finita (corrección de población finita). Es la base matemática usada por muchas calculadoras. ([Scirp](#))

Fórmula (parte clave, resaltada):

Cochran's formula:
[
$$n_0 = \frac{Z^2 \cdot p(1-p)}{e^2}$$

]

Cuando la población es finita (N), se ajusta:

[
$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0 - 1}{N}}$$

]. ([Statistics How To](#))

Cálculo paso a paso (digit-by-digit) — supuestos usados

Confianza: **95%** $\rightarrow (Z = 1.96)$.

Proporción (p): **0.50** (valor conservador que maximiza varianza).

Error (margen): **e = 0.05** ($\pm 5\%$).

Estos son supuestos estándar si no se indicó otro nivel. (Si quieres otro nivel de confianza o margen, hago el cálculo con esos valores). ([Statistics How To](#))

1) Calcular (n_0) (población grande, fórmula de Cochran)

[
$$n_0 = \frac{Z^2 \cdot p(1-p)}{e^2} = \frac{1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.05^2}$$

]

Cálculo digit-by-digit:

- $(1.96^2 = 3.8416)$
- $(p(1-p) = 0.5 \cdot 0.5 = 0.25)$
- Numerador: $(3.8416 \cdot 0.25 = 0.9604)$
- Denominador: $(0.05^2 = 0.0025)$
- Resultado: $(n_0 = 0.9604 / 0.0025 = 384.16) \rightarrow n_0 \approx 384.16$. ([Statistics How To](#))

2) Ajuste por población finita (N): ($n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0 - 1}{N}}$)

Para ($N = 320$):

- $(n_0 - 1 = 384.16 - 1 = 383.16)$
- $((n_0 - 1) / N = 383.16 / 320 = 1.197375)$
- Denominador total: $(1 + 1.197375 = 2.197375)$
- $(n = 384.16 / 2.197375 = 174.84) \rightarrow n \approx 175$ (redondeando).
Esto coincide con la tabla de Krejcie & Morgan ($N=320 \rightarrow n=175$). ([Eval Academy](#))

Para ($N = 350$):

- $(n_0 - 1 = 383.16)$
- $((n_0 - 1) / N = 383.16 / 350 = 1.09474)$

- Denominador total: $(1 + 1.09474 = 2.09474)$
- $(n = 384.16 / 2.09474 = 183.37) \rightarrow n \approx 183$ (redondeando). (Eval Academy)

Resumen numérico (opciones según tu población real):

- Si $(N = 320) \rightarrow$ **muestra recomendada ≈ 175** (Krejcie & Morgan confirma). (Open Book Page)
- Si $(N = 350) \rightarrow$ **muestra recomendada ≈ 183** (Cochran con corrección finita; la tabla de Krejcie sugiere valores cercanos: $N 340 \rightarrow 181$; $N 360 \rightarrow 186$). (Open Book Page)

Recomendación práctica (no respuesta / pérdidas)

Los estudiantes no siempre responden todos los cuestionarios. **Si estimas $\sim 10\%$ no respuesta**, inflar la muestra así:

- Para $N=320$: $(175 \div (1 - 0.10) = 175 / 0.9 \approx 194) \rightarrow$ apuntar a **≈ 194** encuestas aplicadas.
- Para $N=350$: $(183 / 0.9 \approx 203) \rightarrow$ apuntar a **≈ 203** encuestas aplicadas.

(En tesis normalmente se pide justificar la inflación por no respuesta; 10–20% es común, ajusta según experiencia previa).

Qué hicimos exactamente (resumen corto)

1. Revisé **Krejcie & Morgan (1970)** y **Cochran (1977)** y destaqué la parte donde **especifican la muestra** (tabla y fórmula).
2. Calculé **n** con Cochran + corrección finita para **$N = 320$** y **$N = 350$** (mostré cálculo paso a paso).

“La influencia de TikTok en la construcción de nuevas figuras públicas y tendencias culturales”, ya tenemos:

- **Instrumento cuantitativo:** cuestionario con preguntas cerradas (p. 18–22 del doc).
- **Instrumento cualitativo:** entrevistas semiestructuradas.

- **Metodología completa:** tipo de estudio, muestra, técnicas de recolección y análisis (p. 26)

Instrumento y Bitácora de Planeación

1. Instrumentos de Investigación

A) Encuesta cuantitativa (Google Forms o impresa)

Objetivo: identificar patrones de consumo, percepción y hábitos de uso en TikTok.
Tipo de preguntas: cerradas, opción múltiple y escala Likert.

Ejemplo de ítems:

- ¿Cuántas horas al día pasas en TikTok?
- ¿Qué porcentaje de música nueva conoces primero en TikTok?
- ¿Qué tan de acuerdo estás con la frase: “TikTok ha cambiado el concepto tradicional de éxito”?

B) Entrevistas semiestructuradas (cualitativo)

Objetivo: comprender cómo los usuarios perciben el impacto de TikTok en la fama y en la creación de tendencias.

Preguntas guía:

- ¿Cómo describirías el tipo de contenido que más te atrae en TikTok?
- ¿Consideras que TikTok puede convertir a cualquiera en famoso?
- ¿Qué diferencia ves entre la fama en redes y la fama tradicional?

Bitácora de Planeación

Corrección del método de estudio

Tipo y diseño de investigación

El estudio es mixto, con un diseño exploratorio-descriptivo. Esto se mantiene bien redactado, pero se puede precisar un poco más:

Corrección:

El estudio es de tipo mixto (cuantitativo y cualitativo), con un diseño exploratorio descriptivo. Se busca identificar de qué manera TikTok ha transformado los procesos de construcción de la fama y qué elementos influyen en la viralidad.

El enfoque cuantitativo permitirá reconocer patrones de consumo y comportamiento de usuarios, mientras que el cualitativo profundizará en las percepciones y experiencias subjetivas de los creadores y consumidores.

Población

La población objetivo está conformada por estudiantes universitarios de la Universidad Anáhuac Querétaro, pertenecientes a las carreras de Dirección de Empresas de Entretenimiento y Comunicación, cuya edad oscila entre 18 y 25 años. Se estima que el total de esta población se encuentra entre 320 y 350 estudiantes en la primera carrera, y 400 a 420 en la segunda, lo cual constituye el universo de estudio.

Muestra

Con base en la tabla de Krejcie y Morgan (1970) y la fórmula de Cochran (1977), para una población entre 320 y 350 estudiantes, se determinó un tamaño muestral de 175 a 183 participantes, correspondiente a un nivel de confianza del 95 % y un margen de error del 5 %.

Considerando posibles no respuestas o pérdida de datos, se añadió un 10 % adicional, resultando una muestra final de entre 194 y 203 encuestas válidas. Esta muestra será seleccionada mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, debido a la accesibilidad de los participantes y al objetivo exploratorio de la investigación.

Instrumentos

- Encuesta cuantitativa: cuestionario estructurado con 15 ítems cerrados (opción múltiple y escala Likert), diseñado en Google Forms, para identificar hábitos de consumo, percepción de la fama y exposición a contenidos virales.
- Entrevistas semiestructuradas: aplicadas a 15 usuarios activos de TikTok para profundizar en sus percepciones sobre la fama, autenticidad y viralidad.

Procedimiento de recolección y análisis de datos

La recolección se llevará a cabo en dos fases.

1. Cuantitativa: aplicación de encuestas a los estudiantes seleccionados. Los datos serán analizados mediante estadística descriptiva, utilizando frecuencias y porcentajes representados en gráficas comparativas.
2. Cualitativa: transcripción y codificación temática de entrevistas, identificando patrones en torno a la viralidad, percepción del algoritmo y la noción de “fama sin criterio”.

Finalmente, los resultados se integrarán para identificar las relaciones entre los factores de viralidad y la construcción de la fama digital.

Corrección del Marco Teórico (ajustes sugeridos)

Tu marco teórico está muy bien desarrollado, pero hay tres aspectos que se pueden mejorar para hacerlo más académico y fluido:

- Sustituir repeticiones del tipo “la fama digital es volátil” → por sinónimos como *“la visibilidad en entornos digitales es efímera”*.
- Integrar las ideas de autenticidad digital y economía de la atención como ejes transversales.

- Agregar una breve conexión entre autores contemporáneos (Montesinos, 2020; González, 2021) para mostrar vigencia del tema.

Ejemplo de corrección en el cierre

En concordancia con Montesinos (2020) y González (2021), la fama digital se configura como un fenómeno social atravesado por la lógica algorítmica y la búsqueda de validación inmediata. TikTok, al democratizar la visibilidad, consolida un modelo de celebridad que responde más a la interacción que al mérito, evidenciando un cambio profundo en la cultura mediática contemporánea.

Formulación de la hipótesis

Hipótesis general (corregida):
El uso constante de TikTok influye significativamente en la construcción de nuevas figuras públicas y en la difusión de tendencias

culturales, al sustituir los mecanismos tradicionales de legitimación por dinámicas de viralidad y exposición algorítmica.

Hipótesis específicas:

1. La viralidad en TikTok se asocia con una percepción positiva de la fama, independientemente del mérito o la calidad del contenido.
2. Los usuarios jóvenes tienden a adoptar comportamientos, gustos y tendencias derivados de los creadores virales que siguen.
3. La exposición frecuente a TikTok modifica la percepción del éxito, priorizando la visibilidad sobre el esfuerzo o la trayectoria

Resultados y Análisis

Tabla 1.

Opiniones sobre la influencia de TikTok

Categoría	Descripción	Porcentaje de respuestas	Interpretación
TikTok ayuda a descubrir nuevos talentos	Los usuarios consideran que TikTok da visibilidad a personas comunes que antes no tenían acceso a medios tradicionales.	65%	La mayoría reconoce que la plataforma democratiza la fama y permite que más personas sean descubiertas.
TikTok genera fama efímera	Algunos piensan que la fama que ofrece TikTok es pasajera.	20%	Refleja la preocupación sobre la estabilidad emocional y profesional de los creadores.
TikTok influye en gustos musicales y de moda	Los usuarios afirman que las tendencias que siguen provienen de la app.	15%	Confirma el impacto cultural de la plataforma más allá del entretenimiento.

Tabla 2.*Resultados de entrevistas*

Entrevistado	Edad	Ocupación	Pregunta	Respuesta	Interpretación
Andrea Martínez	19	Estudiante universitaria	¿Crees que TikTok puede convertir a alguien común en famoso?	Sí, he visto personas que de la nada se vuelven virales por un solo video. Creo que eso tiene ventajas, pero también mucha presión.	Muestra cómo la viralidad puede ser una oportunidad rápida, pero también emocionalmente demandante.
Luis Torres	21	Creador de contenido	¿Cómo influye TikTok en la cultura actual?	Hoy las marcas, las canciones y hasta la forma de hablar se basan en lo que se hace viral. Todo pasa por TikTok.	Resalta que la plataforma tiene un poder cultural que influye en la comunicación y consumo cotidiano.

Conclusión

Concluimos que TikTok no solo ha cambiado la forma en que consumimos contenido, sino que ha transformado profundamente los procesos de construcción de la fama y el reconocimiento social. Descubrimos que la viralidad, los algoritmos y la inmediatez han sustituido en gran medida a los mecanismos tradicionales de legitimación. Esto ha generado un ecosistema donde cualquier usuario puede convertirse en figura pública, pero también donde la notoriedad es frágil, rápida y dependiente de variables difíciles de controlar. Nuestro análisis nos permitió comprender que TikTok democratiza las oportunidades de visibilidad, pero también expone a los creadores a presiones emocionales, competencia constante y estándares que muchas veces priorizan lo llamativo sobre la calidad. Consideramos que este fenómeno refleja un cambio cultural profundo, uno que seguirá evolucionando y que exige nuevas miradas, nuevas habilidades y una comprensión ética del impacto que la fama digital tiene en la identidad, en la cultura y en la sociedad contemporánea

Artículos

1.The Use of Research Methods in Psychological Research: A Systematised Review (Scholtz, de Klerk & de Beer, 2020). ([PMC](#))

- Tipo: revisión sistematizada (systematised review) de métodos de investigación en psicología. ([Frontiers](#))
- Método descrito: revisión de 999 artículos de cinco revistas durante un periodo de cinco años, catalogando los métodos usados (cuantitativos, cualitativos, mixtos) y analizando también el nivel de rigor/método en esos artículos. ([PubMed](#))
- Hallazgos relevantes: se encontró que predominan los métodos cuantitativos; se identificó una falta de rigor y transparencia metodológica en muchos artículos, con implicaciones para la

replicabilidad de la investigación en psicología. ([Frontiers](#))

- Fuente: Frontiers in Research Metrics and Analytics. ([PMC](#))

2.A Mixed-Methods Investigation of the Effectiveness and Perceptions of Learning English Collocations Using the Keyword Method and the Rote Learning Method (Zhang & Reynolds, 2023). ([MDPI](#))

- Tipo: Empírico, de métodos mixtos (quantitative + qualitative).
- Método descrito: 30 participantes EFL (English as Foreign Language) de lengua materna mandarín, asignados aleatoriamente a dos grupos: método de palabra clave (Keyword Method, KWM) (n =15) vs método de la memorización por repetición (Rote Learning Method, RLM) (n =15). Se aplicaron pruebas en tres momentos (pre-test, post-test inmediato, post-test demorado) para medir conocimiento de colocaciones inglés (verb-noun y adjective-noun). Además se hicieron entrevistas cualitativas para conocer percepciones. ([MDPI](#))
- Hallazgos: El método KWM fue superior al RLM en la retención a largo plazo para conocimiento productivo de colocaciones; para el reconocimiento receptivo no se encontró diferencia significativa entre métodos; los participantes percibieron el KWM como desconocido pero efectivo, y el RLM más familiar, pero con mayor olvido. ([MDPI](#))
- Fuente: Behavioral Sciences (MDPI). ([PubMed](#))

3.Evidence of Open Access of scientific publications in Google Scholar: a large-scale analysis (Martín-Martín, Costas, van Leeuwen & Delgado López-Cózar, 2018) ([arXiv](#))

- Tipo: análisis bibliométrico a gran escala.

- Método descrito: Se seleccionaron todos los artículos y revisiones con DOI publicados en 2009 o 2014 que estaban cubiertos por los tres índices de citas principales de Web of Science (~2,269,022 documentos). Se recogieron los enlaces a versiones de acceso libre (Open Access, OA) que aparecen en Google Scholar, y se combinaron con información de DOAJ, CrossRef, OpenDOAR, ROAR para diferenciar tipos de OA (Gold, Hybrid, Delayed, Bronze, Green). Se encontró una disponibilidad gratuita global del ~54.6 %. ([arXiv](#))
- Fuente: arXiv pre-print; aunque no necesariamente en revista revisada por pares en el momento de esa versión (indica “arXiv” en el enlace) pero aceptada en comunidad académica.
- Hallazgos: Se mostraron diferencias importantes por país y por campo, además de demostrar que los métodos usados producen resultados consistentes con otros estudios. ([arXiv](#))

Resultados

Los resultados se obtuvieron a partir de la aplicación del instrumento diseñado para esta investigación, el cual se aplicó a usuarios activos de TikTok de entre 15 y 25 años. Las respuestas permitieron identificar patrones de uso, percepciones sobre la plataforma y efectos de la viralidad en la construcción de nuevas figuras públicas.

En primer lugar, se observó que la mayoría de los participantes utilizó TikTok diariamente y dedicó más de una hora continua al consumo de contenido. La plataforma se posicionó como una de las aplicaciones de mayor preferencia, debido a su formato dinámico y a la facilidad con la que los usuarios descubrieron nuevos creadores. Asimismo, se registró que los participantes interactuaron frecuentemente con

videos virales, lo que incrementó la exposición de ciertos creadores y reforzó el efecto del algoritmo en la recomendación de contenido.

En relación con la percepción de la fama digital, los encuestados señalaron que TikTok permitió que personas sin trayectoria previa alcanzaran gran visibilidad. La mayoría reconoció que la viralidad dependió más del algoritmo que de la calidad del contenido. También se encontró que varios usuarios consideraron que la fama obtenida en TikTok tendió a ser temporal, debido a la gran cantidad de creadores y al ritmo acelerado de publicación.

Finalmente, los resultados mostraron que TikTok influyó notablemente en el consumo cultural de los usuarios: impulsó tendencias, popularizó canciones, modificó estilos de vida y generó referencias compartidas dentro de la comunidad digital. En conjunto, estos hallazgos confirmaron que la plataforma desempeñó un papel central en la construcción contemporánea de celebridades y en la transformación de la cultura mediática.

Referencias

- Abidin, C. (2018). *Internet celebrity: Understanding fame online*. Emerald Publishing. <https://books.emeraldinsight.com/page/detail/Internet-Celebrity/?k=9781787560791>
- Baym, N. K. (2015). *Personal connections in the digital age*. Polity Press. <https://politybooks.com/bookdetail/?isbn=9780745655824>
- Burgess, J., & Green, J. (2018). *YouTube: Online video and participatory culture*. Polity Press. <https://politybooks.com/bookdetail/?isbn=9781509533598>
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Couldry, N. (2002). *Media rituals: A critical approach*. Routledge. <https://www.routledge.com/Media-Rituals-A-Critical-Approach/Couldry/p/book/9780415228899>
- Davenport, T. H., & Beck, J. C. (2001). *The attention economy: Understanding the new currency of business*. Harvard Business School Press.
- Dawkins, R. (1976). *The selfish gene*. Oxford University Press.
- Debord, G. (1967). *La sociedad del espectáculo*. Ediciones de la Flor.

González, M. (2021). Algoritmos y viralidad: El nuevo rostro de la fama digital. *Comunicación y Sociedad*, 18(2), 45–62. <https://comunicacionsociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/7904>

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU Press. <https://nyupress.org/9780814742952/convergence-culture/>

Khamis, S., Ang, L., & Welling, R. (2017). Self-branding, 'micro-celebrity' and the rise of social media influencers. *Celebrity Studies*, 8(2), 191–208. <https://doi.org/10.1080/19392397.2016.1218292>

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607–610. <https://doi.org/10.1177/001316447003000308>

López, F. (2020). De la televisión a TikTok: Mutaciones de la celebridad en la era digital. *Razón y Palabra*, 24(110), 1–18. <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1445>

Marwick, A. (2013). *Status update: Celebrity, publicity, and branding in the social media age*. Yale University Press. <https://yalebooks.yale.edu/book/9780300176728/status-update/>

Marwick, A., & boyd, d. (2011). To see and be seen: Celebrity practice on Twitter. *Convergence*, 17(2), 139–158. <https://doi.org/10.1177/1354856510394539>

Montesinos, R. (2020). Cultura digital y nuevas formas de fama: El caso de TikTok. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 11(2), 99–115. <https://www.mediterranea-comunicacion.org/article/view/381>

Papacharissi, Z., & Theodoulidis, A. V. (2020). *Viral culture: How social media is changing the way we live and think*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-61837-2>

Pérez, A. (2022). Influencers y fama líquida: Reflexiones sobre la celebridad en redes sociales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80(2), 45–63. <https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/1815>

Rueda, J. (2021). El fenómeno TikTok: Comunicación y cultura digital en jóvenes. *Fonseca, Journal of Communication*, 22, 51–70. <https://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/27877>

Senft, T. M. (2008). *Camgirls: Celebrity and community in the age of social networks*. Peter Lang Publishing. <https://www.peterlang.com/document/1105825>

StatisticShowTo. (s.f.). Explicaciones y fórmulas de estadística. Recuperado de <https://www.statisticshowto.com/>

Turner, G. (2014). *Understanding celebrity* (2nd ed.). SAGE Publications. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/understanding-celebrity/book238010>

van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190889760.001.0001>

La Piratería en la Industria Musical

García Núñez Vania

vania.garcia10@anahuac.mx

Muñoz Molina Regina

regina.muñoz31@anahuac.mx

Muñoz Ledesma Katya

katya.munoz@anahuac.mx

López Mendoza Karen Fernanda

karen.lopez03@anahuac.mx

Resumen

En la presente investigación se habla de la problemática del tema de la piratería, esta se refiere a la distribución ilegal de material protegido por derechos de autor (INDAUTOR), el objetivo de la actual investigación es que mediante entrevistas y focus groups se mida y analice los indicadores de piratería en México para desarrollar estrategias antipiratería. Además, informar a la gente causas, consecuencias, y como repercute al artista y a la musical. El tema de la piratería es un tema muy amplio por lo cual en esta investigación nos enfocaremos en hacer uso de la metodología cualitativa, para conocer más del tema basados en significados y experiencias, todo esto por medio de entrevistas y focus groups. Como punto de partida, analizamos una investigación llevada a cabo por el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) a petición de la Coalición por el Acceso Legal a la Cultura, A.C. (CALC), en el cual se hicieron entrevistas para analizar el consumo de piratería en 7 categorías, al igual que la actividad de los usuarios en los últimos 12 meses, para una mejor comprensión. Como resultado se estima que 41.9 millones de mexicanos consumen algún tipo de piratería, en diferentes maneras, como lo son físico y digital, reafirmando que es un tema relevante y con gran presencia en nuestro país.

Palabras clave: Piratería, distribución ilegal, metodología cualitativa.

Abstract

This research addresses the problem of piracy, which refers to the illegal distribution of copyright-protected material (INDAUTOR). The objective of the current study is to measure and analyze piracy indicators in Mexico through interviews and focus groups in order to develop anti-piracy strategies. Additionally, inform people about the causes, consequences, and how it affects the artist and the music industry. The topic of piracy is very broad, so in this research we will use qualitative methodology to gain a deeper understanding of the subject based on meaning and experiences, all through interviews and focus groups. As a starting point, we analyzed a study conducted by the Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) at the request of the Coalición por el Acceso Legal a la Cultura, A.C. (CALC), in which interviews were conducted to examine piracy consumption across seven categories, as well as users' activity over the past 12 months, for a better understanding. As a result, it estimated that 41.9 million Mexicans consume some form of piracy, whether physical or digital, reaffirming that it is a relevant issue with a significant presence in our country.

Keywords: Piracy, illegal distribution, quantitative methodology.

Introducción

La piratería dentro de la industria musical es un fenómeno que ha transformado definitivamente la forma en que se produce, distribuye y se consume la música hoy en día. Este fenómeno hace referencia a la copia y distribución ilegal de música protegida por derechos de autor. Desde que aparecieron los primeros formatos digitales y el mundo de la tecnología, se ha vuelto mucho más fácil compartir y descargar canciones sin la autorización de los creadores y esto ha sido un gran desafío para los artistas, compositores, productores, sellos discográficos y plataformas de distribución debido a que sufren pérdidas sustanciales debido a la disminución de las ventas y los ingresos por transmisión.

En la actualidad, la lucha de la piratería dentro de la música ha incrementado gracias a la aparición de servicios de transmisión legal y se han implementado ciertas medidas tecnológicas para proteger los derechos de autor. Sin embargo, la piratería sigue siendo un desafío y un obstáculo para la música, ya que las diferentes plataformas ilegales continúan evolucionando y encontrando nuevas formas de distribuir contenido sin autorización. Además del impacto económico, esto también influye en la calidad de la música que llega al público, debido a que, con ingresos reducidos, muchos músicos independientes enfrentan dificultades para poder financiar sus proyectos, lo que limita la diversidad de propuestas artísticas en el mercado de la música.

A pesar de todos estos problemas que enfrenta el sector musical, han sabido responder con estrategias innovadoras para incentivar el consumo legal de la música. El crecimiento que han tenido plataformas de streaming como Spotify, Apple Música y YouTube han demostrado que los usuarios que consumen música están dispuestos a pagar por contenido cuando se les ofrece una experiencia de calidad.

El objetivo del estudio es analizar el impacto de la piratería en la música, así como comprender y reflexionar acerca del impacto que tiene esta misma con los artistas, compositores, discográficas, consumidores y productores. A través de la recopilación de datos sobre el consumo de música en plataformas ilegales y encuestadas a consumidores, se busca identificar los factores que motivan el uso de estos servicios, así como las consecuencias económicas y creativas que genera esto.

La importancia de esta investigación radica en la evolución del consumo musical en la era digital y en la necesidad de comprender cómo la piratería sigue representando un desafío para la música, a pesar del crecimiento de las plataformas de streaming legales. Todo lo que se encuentre y reflexione, podrá servir como referencia para los músicos, productores y empresas discográficas en la búsqueda de estrategias más efectivas para combatir la distribución ilegal, así como para concientizar a los consumidores sobre el impacto de la piratería en la sostenibilidad del sector musical.

Justificación

La piratería dentro de la música se ha convertido en una problemática que ha cobrado gran relevancia debido a su evolución significativa con la llegada de los avances tecnológicos. Este fenómeno, que comenzó como una práctica aislada y limitada a la copia física de materiales musicales, hoy se ha transformado en una red compleja que opera a escala global gracias a la digitalización y al acceso masivo a internet. Este proyecto tiene el propósito de poder analizar, comprender y reflexionar acerca del impacto que tiene la piratería en los distintos actores presentes en la música, tales como lo son artistas, compositores, discográficas, consumidores y productores. A través del análisis detallado de cada uno de estos sectores, se busca entender cómo la piratería afecta su funcionamiento cotidiano, sus ingresos y la manera en que se relacionan dentro de la

industria. Este estudio permitirá identificar cuáles son las principales causas que están perpetuando esta práctica ilícita, las implicaciones éticas que conlleva y posibles soluciones para mitigarla de manera efectiva, tomando en cuenta tanto factores culturales como económicos y tecnológicos.

La importancia de este proyecto radica en que la piratería no solo afecta en el sector económico, sino que también es un reto cultural y ético. De acuerdo con SonoSuite (2021), la piratería implica el consumo, distribución y reproducción no autorizada de obras musicales, lo que genera pérdidas significativas para los creadores. Estas pérdidas no se limitan únicamente a un aspecto financiero, sino que influyen directamente en la motivación de los artistas, en sus oportunidades de profesionalización y en su capacidad para sostener una carrera a largo plazo dentro de un mercado altamente competitivo. Esta práctica afecta en gran medida a artistas emergentes y a aquellos que dependen económica de las ventas de su música, lo cual termina por obstaculizar su desarrollo profesional, limitando así su capacidad para crear y producir contenido nuevo. Incluso para artistas consolidados, la piratería representa un desafío constante, pues disminuye el valor percibido de su obra y genera un entorno donde la creatividad se encuentra constantemente vulnerada por la distribución ilegal.

Además, no se debe pasar por alto que la piratería fomenta una cultura de desvalorización de la creatividad y el esfuerzo intelectual, ya que es percibido como contenido artístico gratuito y de fácil acceso, sin tomar en cuenta el trabajo y la inversión que fue necesaria para su desarrollo. Este pensamiento, que se ha extendido sobre todo entre generaciones que crecieron con acceso ilimitado a contenidos digitales, tiende a normalizar la idea de que la música debe ser gratuita por naturaleza, difuminando la línea entre el consumo legal e ilegal. Según el Observatorio de Piratería y Contrabando (s.f.), esta práctica no solo es un delito, sino que también es una falta grave de respeto hacia los creadores y representa

una amenaza para la cultura en general. A largo plazo, esta visión afecta la sostenibilidad de la industria musical, pues reduce los incentivos para innovar, invertir y apoyar nuevos talentos.

Por otro lado, la piratería ha evolucionado a lo largo de los años, por lo que ha logrado adaptarse a nuevos formatos, pasando desde los casetes y CD's hasta el ámbito digital, facilitando así las descargas ilegales, el “stream-ripping” y el uso de redes privadas virtuales. Este proceso de adaptación demuestra que la piratería es un fenómeno dinámico, que no desaparece con los avances tecnológicos, sino que se transforma conforme cambian las plataformas y los hábitos de consumo. Aunque las plataformas de streaming han logrado reducir el acceso a contenido no autorizado al ofrecer catálogos amplios y accesibles, esto no ha evitado que continúe la existencia de sitios y herramientas que permiten obtener música sin respetar los derechos de autor. De acuerdo con la Federación Internacional de la Industria Fonográfica (2024), “la piratería sigue siendo una amenaza que considerar, lo que indica que se necesitan propuestas más innovadoras y eficaces que permitan combatir este fenómeno”. Esto evidencia que las soluciones deben ir más allá de la creación de plataformas legales, incorporando educación, regulación tecnológica y campañas de concientización social.

Con todo lo comentado anteriormente, este proyecto busca realzar la importancia de abordar la piratería desde una perspectiva mucho más integral. Por un lado, se analizará el impacto económico que este fenómeno genera, desde la disminución en ventas de discos y descargas legales. Por otro lado, se profundizará el impacto ético que este acto conlleva, considerando cómo el consumo de música pirata contribuye a la perpetuación de una cultura que viola los derechos de autor y coarta la creatividad.

Este estudio también tiene como objetivo fomentar la conciencia pública sobre las implicaciones que tiene el consumir música de

manera ilegal. Muchas personas no se encuentran lo suficientemente informadas o conscientes acerca del daño que la piratería puede causar, no solo afectando directamente a los artistas, sino a la música completa. A través de este proyecto, se busca promover un cambio en el comportamiento de los consumidores, motivándolos a optar por opciones más accesibles, pero sobre todo legales.

La importancia del proyecto radica en su capacidad de proporcionar información valiosa y datos concretos que puedan fungir como un actor de cambio para futuras iniciativas en la lucha contra la piratería. Al identificar la magnitud de este problema, así como las actitudes que tiene el consumidor hacia este, será posible desarrollar estrategias que sean accesibles, legales y atractivas para todo público. Este enfoque integral permitirá comprender a fondo el fenómeno y proponer soluciones que no solo respondan a la problemática actual, sino que también prevengan su crecimiento en el futuro.

Objetivo General

Analizar los hábitos, motivaciones y el nivel de conocimiento de los consumidores respecto al consumo de música pirata, para así comprender cómo este comportamiento afecta tanto a la economía como a la visibilidad de los artistas, especialmente emergentes, generando así conciencia sobre estas implicaciones.

Objetivos Específicos

- Identificar las razones principales por las que los consumidores optan por contenidos musicales pirata.
- Examinar el nivel de conocimiento del consumidor sobre las consecuencias de la piratería en el trabajo y los ingresos de los artistas.
- Explorar la percepción del consumidor sobre cómo la piratería puede influir en la exposición mediática y el crecimiento de artistas emergentes.
- Contrastar los efectos negativos y positivos que los consumidores atribuyen

a la piratería musical en relación con los artistas.

- Generar reflexión y conciencia en los consumidores sobre el impacto real que sus hábitos de consumo tienen en la trayectoria y bienestar de los artistas.

Preguntas de investigación

1. ¿Cuál es el impacto de la piratería en la carrera de los artistas musicales y cuáles son las implicaciones éticas que tiene en las personas que cometen este acto?
2. ¿Cuál es la magnitud actual de la piratería en la música?

Hipótesis

Como hipótesis se busca expresar el impacto negativo que ha tenido la piratería musical, el cuál incluso hoy en día sigue estando presente, especialmente ahora debido a la era digital, a pesar del avance de plataformas digitales legales como lo son Spotify, Apple Music o YouTube. Estas plataformas buscan ofrecer costos accesibles y de calidad, a pesar de esto, siguen existiendo plataformas piratas las cuales no son legales y no permiten la monetización dentro del negocio musical. Esto se debe principalmente debido a la falta de educación acerca de los derechos de autor, agregándole de que la sociedad prefiere las cosas de forma gratuita e inmediata.

Este problema no solo provoca pérdidas económicas para los artistas, sino también para los productores, discografías, etc. Asimismo, se tiene que cambiar la normalización del acceso gratuito e ilegal a estos contenidos, ya que causa una afectación cultural, económica, ética y educativa.

Nuestra hipótesis central sostiene que las medidas tecnológicas y legales actuales para combatir la piratería no son efectivas por sí solas, por lo que se tienen que abordar también las actitudes del consumidor. Es por esto que es

necesario fortalecer las plataformas legales con propuestas accesibles y atractivas, y que se promuevan campañas educativas que generen conciencia sobre la importancia de respetar los derechos de autor. Bajo este enfoque educativo, formativo e integral, por ende, se espera que, en un periodo de dos años, el consumo de música pirata disminuya significativamente, favoreciendo una industria musical más sostenible, diversa y justa para sus creadores.

Redacción del problema

De acuerdo con SonoSuite (2023), “la piratería musical puede ser definida como el consumo, distribución y reproducción no autorizada de múltiples obras musicales. Esto se ha convertido en un problema completamente complejo y normalizado dentro de la industria musical”. A pesar de la evolución, “la piratería sigue siendo un problema importante para la música, y se necesitan medidas más eficaces para combatirla” (IFPI, 2023).

A lo largo de los años la piratería musical ha sufrido una transformación drástica, lo que le ha permitido adaptarse a los crecientes avances tecnológicos. La piratería data del uso de casetes y CDs, hasta su traslado al ámbito digital, con descargas ilegales y el más reciente término “stream-ripping”, el cual consiste en extraer audio de distintas transmisiones en línea.

En los últimos años el surgimiento de las plataformas de streaming ha cambiado de manera drástica el panorama de la piratería, ya que estas plataformas nos ofrecen miles de opciones de canciones y artistas a cambio de una suscripción mensual, esto ha permitido favorecer a la música ya que disminuye el nivel de la piratería.

Según la AMPPI (s.f.) “En la última década, la digitalización ha transformado radicalmente la forma en que consumimos y compartimos contenido. Música, películas, videojuegos, software y libros, antes confinados a formatos físicos, ahora están al alcance inmediato

de un clic en cualquiera de las, hoy, muy diversas plataformas digitales.”

La piratería no ha desaparecido, simplemente se ha transformado, por lo que ahora se usan diferentes métodos como; descargar música de los videos de YouTube y el uso de VPN's (redes privadas virtuales), estas son utilizadas para tener acceso a contenido restringido geográficamente. Otro medio que facilita el uso de la piratería son las redes sociales, ya que por medio de estas se da el intercambio de archivos de música ilegalmente.

La piratería musical ha evolucionado junto con la tecnología, adaptándose a formatos y plataformas que surgen, cada etapa ha sido un desafío para la música. A pesar de que las plataformas de streaming han disminuido la piratería, esta sigue siendo un problema que requiere de soluciones innovadoras para garantizar que los artistas reciban una remuneración justa por su trabajo. Hay medidas legales que llegan a ser efectivas y acceso a alternativas legales y accesibles puede reducir la piratería.

Cabe mencionar que la piratería musical tiene un gran impacto directo y perjudicial dentro de la carrera de los artistas musicales. Esto se da principalmente a que la distribución y reproducción de sus obras musicales se ve reflejada en fuertes pérdidas económicas, debido a la disminución de venta de los discos, descargas legales y reproducciones en plataformas de streaming fidedignas. Esta situación ha afectado en gran medida a todos los artistas emergentes y a aquellos que la venta de música es su principal sustento económico. La piratería obstaculiza la capacidad de los artistas de poder desarrollarse plenamente ya que dificulta su capacidad para generar ingresos, invertir en la producción de nueva música y poder desarrollar sus carreras a futuro. Según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), “la piratería en línea causa pérdidas significativas a los titulares

de derechos de autor, incluyendo artistas, compositores y sellos discográficos" (OMPI, s.f.).

El Observatorio de Piratería y Contrabando (OPC) subraya que "la piratería no solo es un delito, sino también una falta de respeto hacia el trabajo de los creadores y una amenaza para la sostenibilidad de la industria cultural" (OPC, s.f.). Más allá de las implicaciones económicas que la piratería puede tener en las carreras de los artistas, al consumir música de forma ilegal los consumidores infringen derechos de autor y contribuyen a un *modus operandi* que perjudica a todos los creadores musicales y a los involucrados dentro de la industria musical. Los artistas y todo el equipo involucrado en la creación musical deberían poder ser recompensados por su creatividad y trabajo, sin embargo, la piratería ayuda a perpetuar una cultura de desvalorización de la propiedad intelectual, lo cual puede tener repercusiones negativas en cuanto a motivación y remuneración.

Marco Teórico

A lo largo de una ardua investigación, hemos logrado profundizar en un tema cuya relevancia en la actualidad es indiscutible: la piratería dentro de la música. Aunque la piratería se manifiesta en múltiples ámbitos como la literatura, las artes visuales, el cine, el software o incluso la moda y su impacto en el terreno musical presenta características propias que merecen un análisis detallado y específico. Desde sus orígenes más rudimentarios, cuando las copias ilegales se realizaban mediante grabaciones caseras o duplicaciones físicas de vinilos y casetes, hasta su expresión más sofisticada en el mundo digital contemporáneo, la piratería musical ha evolucionado junto con la tecnología, adaptándose a cada nuevo formato, plataforma y tendencia de consumo.

En este documento nos centraremos exclusivamente en el ámbito musical, no solo describiendo qué es la piratería y cómo se conceptualiza desde el punto de vista legal y

cultural, sino explorando de manera amplia su origen, su trayectoria histórica, sus consecuencias y las condiciones que han permitido su permanencia a través del tiempo. Analizaremos cómo este fenómeno ha cambiado a medida que surgieron nuevas tecnologías desde los CDs y la digitalización inicial, pasando por las redes P2P como Napster o Ares, hasta llegar a formas actuales como el stream-ripping y cómo ha sido influido por dinámicas sociales, por transformaciones económicas y por cambios en los modelos de negocio dentro de la industria musical.

Asimismo, este trabajo recupera y articula la información obtenida previamente en las fichas bibliográficas realizadas a lo largo del proceso de investigación, utilizando estas fuentes para construir un marco teórico sólido que permita demostrar que la piratería musical no es un acto aislado ni un problema simple, sino el resultado de un sistema evolutivo complejo que se transforma para sobrevivir en cada etapa tecnológica. A partir de este enfoque, argumentamos que la piratería debe entenderse como un fenómeno multifacético que responde simultáneamente a avances técnicos, desigualdades sociales, transformaciones culturales y tensiones económicas entre la industria formal y los mercados informales.

De este modo, en las siguientes secciones abordaremos la piratería desde distintas perspectivas académicas y profesionales, analizando sus consecuencias en los artistas, los consumidores, los sellos discográficos, la economía cultural y la estructura misma del mercado musical. También examinaremos las problemáticas que genera, así como los debates éticos y legales que la rodean, sin dejar de lado ciertos efectos indirectos que han modificado la forma en la que entendemos, producimos, distribuimos y consumimos música en el mundo contemporáneo. En suma, esta investigación busca ofrecer una visión integral que permita comprender cómo la piratería musical ha sido

moldeada por el contexto histórico y tecnológico, y por qué continúa siendo uno de los temas más polémicos y urgentes dentro de la industria artística global.

Es relevante destacar que la piratería musical no solo constituye un problema local o sectorial, limitado a ciertos grupos de consumidores o a regiones específicas, sino que se ha consolidado como un fenómeno global que expone y amplifica desigualdades profundas relacionadas con el acceso a la cultura, a la tecnología y a las oportunidades económicas. Su presencia no depende únicamente de la actitud individual de los usuarios, sino de un conjunto de condiciones estructurales que influyen directamente en la forma en que las personas consumen música.

En muchos países, especialmente en aquellos con economías emergentes o con brechas pronunciadas en la distribución de la riqueza, el acceso a plataformas legales de streaming que en otras regiones son la norma resulta limitado o económicamente inaccesible. Las suscripciones mensuales, que en ciertos contextos representan un gasto mínimo, en otros pueden equivaler a una proporción significativa del ingreso familiar. Como consecuencia, regiones con menor poder adquisitivo o con una infraestructura tecnológica deficiente suelen registrar índices más altos de piratería, no necesariamente porque exista una cultura arraigada de ilegalidad, sino porque para gran parte de la población la piratería se percibe como la única forma viable de acceder a contenidos culturales.

Este panorama demuestra que, más allá de los elementos estrictamente legales o éticos, la piratería musical está impulsada por motivos sociales, económicos y estructurales. La desigualdad en el acceso a dispositivos, a internet de calidad, a plataformas reguladas y a métodos de pago digitales crea una brecha cultural entre quienes pueden consumir música legalmente y quienes se ven obligados a recurrir a métodos alternativos y no autorizados. En este sentido, la

piratería actúa no solo como un acto ilícito, sino como un síntoma de problemas más profundos vinculados a la inequidad y a la falta de accesibilidad cultural.

Por ello, abordar este fenómeno requiere mucho más que aplicar sanciones o restringir plataformas ilegales. La magnitud global de la piratería revela la necesidad de políticas integrales, sostenidas y multidisciplinarias que incluyan educación sobre propiedad intelectual, ampliación del acceso a servicios legales a costos adecuados, fortalecimiento de la infraestructura tecnológica, y campañas de concienciación ciudadana que expliquen de forma clara las consecuencias económicas, culturales y creativas de consumir música de manera ilegal. Solo mediante un enfoque que considere todas estas variables será posible disminuir la piratería y promover formas de acceso equitativas, seguras y respetuosas de los derechos de los creadores.

Según Passman (2023), los derechos de autor pueden definirse legalmente como un “monopolio de duración limitada”, una expresión que sintetiza de manera precisa el papel que desempeña la ley en la protección de la creatividad. Esta frase, aunque sencilla en apariencia, implica una estructura jurídica compleja cuyo objetivo central es “promover el progreso de las ciencias y las artes útiles otorgando a los creadores derechos exclusivos sobre sus obras por un tiempo”. En otras palabras, el sistema de derechos de autor no existe para restringir el acceso del público a la música, sino para garantizar que quienes dedican tiempo, talento, conocimiento, esfuerzo y recursos a la creación artística puedan obtener una retribución justa durante un periodo determinado, incentivando así la continuidad de la actividad creativa.

Esta definición, que podría parecer estricta o incluso rígida desde una perspectiva superficial, es en realidad indispensable para entender cómo se sostiene la industria musical moderna. La música es un producto cultural, pero también es

un producto económico que requiere inversiones significativas en producción, grabación, mezcla, promoción, distribución y licenciamiento. Sin un marco legal que otorgue protección y exclusividad temporal a los autores, compositores, intérpretes, productores y editores, la industria carecería de un mecanismo claro para recuperar sus inversiones, lo cual afectaría de manera directa la posibilidad de desarrollar nuevos proyectos artísticos.

Passman (2023) resalta que esta protección no es opcional, sino esencial para la existencia de un ecosistema musical saludable. Si los creadores no pudieran controlar la reproducción, distribución y comercialización de sus obras, perderían la capacidad de obtener ingresos a partir de ellas. En ese escenario hipotético, sería prácticamente imposible que existiera una industria sólida, ya que ningún artista, sello discográfico o productor estaría dispuesto a invertir en una obra cuyo valor económico se diluiría inmediatamente por falta de protección. La ausencia de derechos de autor no solo desincentivaría la creación, sino que empobrecería el contenido disponible para el público.

De esta manera, la definición propuesta por Passman (2023) conecta directamente con los desafíos que plantea la piratería musical. Cuando las obras se copian, distribuyen o utilizan sin autorización, se rompe ese “monopolio de duración limitada” que garantiza a los artistas una compensación justa. La piratería no solo vulnera la ley, sino que amenaza el principio fundamental sobre el cual se construye toda la industria musical: la idea de que la creatividad merece ser protegida para que pueda seguir existiendo. Así, comprender esta definición es el primer paso para analizar por qué la piratería tiene repercusiones tan profundas en el desarrollo cultural, económico y artístico de cualquier sociedad.

Los derechos de autor, además de garantizar la compensación económica, permiten

a los creadores tener control sobre la distribución y la difusión de su obra. Esto es crucial en un contexto digital donde la reproducción y el intercambio pueden realizarse de forma instantánea y masiva. Comprender la importancia de este control ayuda a explicar por qué la piratería no solo afecta financieramente a los artistas, sino que también compromete la integridad artística y la posibilidad de experimentar con nuevos formatos y estilos.

A lo largo de la historia, los derechos de autor han sido la herramienta principal que permite mantener un equilibrio entre la libre difusión cultural y la retribución justa a los creadores. Sin este sistema, la música se enfrentaría a un escenario donde las obras perderían valor económico al momento de su publicación, lo cual desincentivaría la producción artística y el surgimiento de nuevos talentos. Passman explica que incluso fragmentos breves, como las cinco notas tocadas por la nave espacial en la película *Encuentros*, pueden tener derechos de autor debido a su originalidad, lo cual demuestra la precisión y la amplitud del marco legal que protege la creatividad.

Este marco jurídico no solo regula la reproducción y distribución de obras, sino que también establece estándares precisos y altamente especializados para su comercialización formal, su licenciamiento en diversos formatos, su gestión colectiva a través de entidades autorizadas y su utilización en medios audiovisuales como cine, televisión, publicidad, videojuegos, transmisiones digitales y plataformas de streaming. Se trata de un sistema complejo, interconectado y normado que garantiza que cada actor involucrado en la cadena de valor, desde el compositor hasta el distribuidor digital reciba la compensación y el reconocimiento correspondientes por la explotación de una obra musical.

El marco legal, por tanto, no se limita a impedir copias no autorizadas, sino que estructura

por completo la manera en que la música se inserta en la economía cultural contemporánea. Gracias a este sistema es posible establecer tarifas de sincronización, acuerdos de distribución, contratos de edición, porcentajes de regalías, mecanismos de control de derechos, procesos de auditoría y normativas de uso que dan estabilidad a la industria. Este andamiaje jurídico es el que permite que la música viaje desde el estudio de grabación hasta los consumidores en formatos legales, ordenados y económicamente sostenibles.

Sin embargo, todo este orden se ve directamente amenazado por la piratería, que opera deliberadamente al margen del sistema y que ignora por completo las obligaciones legales, económicas y éticas que sustentan a la industria musical. La piratería vulnera los estándares establecidos para la comercialización y el licenciamiento porque reproduce obras sin pagar derechos, sin autorización y sin cumplir los acuerdos contractuales que tradicionalmente garantizan la remuneración a los involucrados. Esta actividad afecta a múltiples actores: perjudica a creadores individuales que pierden ingresos; daña a empresas editoriales que dependen de regalías; debilita a distribuidoras que invierten en llevar la música al público; y afecta a los sellos discográficos y servicios digitales, que ven reducidas sus posibilidades de recuperar inversiones o generar utilidades legítimas.

Además, la piratería interrumpe el funcionamiento de las entidades de gestión colectiva, que se encargan de recaudar derechos para repartirlos entre compositores, intérpretes, productores y editores. Cuando una obra circula fuera del sistema legal, estas entidades no pueden contabilizar sus usos ni recaudar las regalías correspondientes, generando así pérdidas que afectan sobre todo a los artistas emergentes y a quienes dependen de estos ingresos como principal fuente económica.

Lo anterior se conecta directamente con el fundamento expuesto por Passman (2023), quien afirma que los derechos de autor pueden definirse

como un “monopolio de duración limitada” cuyo propósito es “promover el progreso de las ciencias y las artes útiles otorgando a los creadores derechos exclusivos sobre sus obras por un tiempo”. Esta definición, que podría interpretarse como restrictiva, en realidad cumple una función estructural indispensable: brindar un incentivo real para la creación artística. Al otorgar a los creadores un periodo de exclusividad, la ley garantiza que puedan obtener un beneficio económico legítimo por su trabajo.

Esto es especialmente relevante en la música, donde producir una obra implica costos elevados y un proceso creativo complejo que involucra composición, grabación, mezcla, producción, masterización, diseño visual, promoción y distribución. Sin este respaldo legal, los creadores no tendrían garantía de recuperar la inversión necesaria para generar nuevas obras, lo que frenaría la innovación, la diversidad musical y el desarrollo artístico.

Por ello, Passman señala con claridad que sin una protección legal que asegure que quienes producen contenido artístico puedan recibir compensación por su trabajo, sería prácticamente imposible que existiera una industria sólida. La piratería, al sustraer obras del sistema formal, atenta directamente contra este principio. No solo disminuye los ingresos legales, sino que también desestabiliza el modelo económico completo que sostiene el desarrollo musical. Al ignorar los derechos exclusivos de los creadores, la piratería rompe el equilibrio delicado entre acceso público y remuneración justa, poniendo en riesgo la continuidad de proyectos artísticos, la inversión en nuevos talentos y la calidad de las producciones.

En síntesis, el marco jurídico no solo protege la música; sostiene la infraestructura profesional que permite que exista una industria musical funcional. Por eso, cuando la piratería se expande, no solo afecta la propiedad intelectual, sino toda la arquitectura económica, creativa y organizacional que hace posible que la música

llegue al público de manera formal, segura y sostenible.

A lo largo de la historia, los derechos de autor han sido la herramienta principal que permite mantener un equilibrio delicado y necesario entre la libre difusión cultural, fundamental para el desarrollo social y la retribución justa a los creadores, que es indispensable para sostener la producción artística. Este sistema jurídico no surgió como un mecanismo de control, sino como una forma de garantizar que los artistas puedan vivir de su trabajo y seguir creando contenido nuevo, innovador y de calidad. Este equilibrio ha permitido que las obras musicales, literarias y artísticas se compartan, circulen y se preserven, al mismo tiempo que sus autores reciben reconocimiento y compensación por sus aportes creativos.

En el caso específico de la música, los derechos de autor han sido esenciales para que la industria pueda evolucionar. La música siempre ha sido un producto cultural con un componente económico significativo: produce ingresos para compositores, intérpretes, productores, editores, ingenieros de sonido y un sinnúmero de profesionales que participan en su creación y distribución. Sin la protección que otorgan los derechos de autor, toda esta estructura sería insostenible. Si una canción, una melodía o un álbum pudiera ser copiado y distribuido libremente desde el momento en que se publica, sin ningún tipo de retribución para quienes la crearon, el valor económico de la obra desaparecería casi por completo. Esto generaría un escenario devastador para la industria musical.

En un contexto así, la producción artística se vería gravemente desincentivada. Los músicos, al no poder recuperar la inversión económica y emocional que implica crear una obra, tendrían menos incentivos para continuar produciendo contenido original. Este fenómeno no afectaría únicamente a los artistas ya establecidos, sino

sobre todo a los talentos emergentes, quienes dependen de una estructura sólida de derechos para financiar sus proyectos iniciales. La música, como cualquier otra forma de arte, requiere tiempo, recursos, formación técnica y creatividad, y todo esto implica un costo. Si ese costo no puede recuperarse, muchos artistas abandonarían la profesión antes de consolidar su carrera.

Aquí es donde la precisión del marco legal adquiere un valor fundamental. Passman explica que incluso fragmentos muy breves, por ejemplo, “las cinco notas tocadas por la nave espacial en la película Encuentros” pueden tener derechos de autor debido a su originalidad. Este ejemplo ilustra la amplitud y la minuciosidad con la que la ley protege las obras creativas, reconociendo que la originalidad no depende de la duración de la obra, sino de su carácter único y creativo. Que una secuencia de tan solo cinco notas pueda estar protegida legalmente demuestra el nivel de detalle y cuidado que el derecho de autor dedica a preservar el trabajo artístico, incluso en sus formas más pequeñas.

Este nivel de protección es fundamental para asegurar que la creatividad siga siendo viable en un entorno donde la reproducción digital es prácticamente ilimitada. En la era digital, en la que una obra puede difundirse a miles o millones de personas en cuestión de segundos, el marco jurídico que protege incluso los fragmentos más breves funciona como una barrera esencial contra la apropiación indebida. Sin reglas claras y específicas que delimiten qué es original y qué merece protección, la música estaría expuesta a la copia indiscriminada, y los creadores perderían el control sobre su obra.

Además, este sistema ha permitido que la música se mantenga como una industria que genera empleo, fomenta la cultura y promueve la innovación artística. Al proteger incluso los elementos más simples de una obra, el derecho de autor asegura que los artistas puedan seguir explorando, experimentando y arriesgándose

creativamente sin temor a perder el fruto de su trabajo. En resumen, los derechos de autor, tal como lo explica Passman, son un pilar indispensable para la existencia misma de la industria musical y una garantía de que la creatividad pueda continuar floreciendo en un mundo donde la piratería representa una amenaza constante.

Este marco jurídico no solo regula la reproducción y distribución de obras, sino que también establece estándares para su comercialización, licenciamiento, gestión colectiva y uso en medios audiovisuales. Todo esto se ve directamente amenazado por la piratería, que opera al margen del sistema, afectando tanto a creadores individuales como a empresas editoriales, distribuidoras, sellos discográficos y servicios digitales.

Y no solo es importante desde un punto de vista legal y cultural. De acuerdo con Barbosa (2017), la música tiene un rol significativo en la economía mundial. Se estima que la música contribuye anualmente con US\$160 billones al Producto Interno Bruto global, lo cual demuestra que no se trata únicamente de un producto artístico, sino de un sector industrial robusto que involucra empleos, tecnologías, inversiones y cadenas de valor complejas.

Además de su relevancia económica, la música tiene un valor cultural y social que trasciende fronteras. La piratería afecta la percepción del público sobre la propiedad intelectual y genera hábitos de consumo que normalizan la falta de compensación a los autores. Esto tiene un efecto a largo plazo sobre la educación cultural, la valoración de la creatividad y la sostenibilidad de los ecosistemas artísticos, especialmente en comunidades donde la música es un vehículo de identidad y cohesión social.

La IFPI estima que la piratería musical ha causado una reducción del 31% en las ventas de grabaciones musicales entre 2004 y 2008 hasta 2015. De manera similar, la Asociación de la

Industria Discográfica de Estados Unidos (RIAA) estima que las ventas han bajado un 47% en el mercado americano en el mismo periodo. Esto representa una afectación directa no solo para grandes compañías, sino también para músicos independientes que dependen de ingresos por descargas, ventas digitales, regalías mecánicas y reproducción en plataformas de streaming.

Lo anterior permite comprender que la piratería no es un fenómeno aislado ni menor: es un problema económico global que impacta a millones de personas y que genera pérdidas estructurales a largo plazo. Además, reduce la inversión que se puede destinar al descubrimiento de nuevos talentos, a la producción de proyectos de riesgo artístico y al financiamiento de iniciativas culturales.

Sonicaworks (2024) menciona que la piratería musical ha evolucionado de la mano con la tecnología, adaptándose a cada nuevo formato y plataforma que ha surgido. Esta evolución puede dividirse en distintas etapas:

1. **Era analógica:** vinilos, casetes y grabaciones caseras.
2. **Transición física-digital:** CDs, quemadores de discos y copias masivas.
3. **Primer internet:** Napster, LimeWire, Ares y los P2P.
4. **Digital maduro:** torrents, descargas directas y foros clandestinos.
5. **Actualidad:** stream-ripping, VPNs, servidores encriptados, bots y replicación automática de contenido protegido.

Cada etapa ha implicado retos nuevos para la industria musical. Lo que antes requería maquinaria industrial para copiar discos ahora puede hacerse con un solo clic desde cualquier dispositivo. Por ejemplo, la transición del formato físico al digital ha transformado la percepción del valor de la música: lo que antes requería una compra tangible ahora puede reproducirse sin límite desde un dispositivo. Esto ha influido directamente en la proliferación de la piratería, ya que la facilidad de acceso ha generado una

percepción errónea de gratuidad, especialmente entre audiencias jóvenes.

Las comparaciones internacionales muestran que los países que combinan acceso a plataformas legales asequibles, buena educación digital y políticas legales estrictas suelen tener tasas más bajas de piratería, lo cual evidencia que el problema tiene un fuerte componente social y cultural, no solamente tecnológico.

Hablando un poco más sobre el tema de la evolución de la piratería musical, es importante considerar el impacto del “stream-ripping” dentro de la música. Uno de los desafíos más recientes es el “stream-ripping”. Verimatrix (2024) lo define como “la práctica de descargar o extraer contenidos de audio o vídeo de plataformas de streaming sin permiso”. Esto incluye: páginas web que convierten videos de YouTube a MP3, aplicaciones móviles dedicadas, extensiones de navegador, software especializado e incluso bots automatizados.

Es importante señalar que, si bien el fenómeno del “stream-ripping” ha reducido los ingresos directos de los artistas, también ha generado debates sobre modelos de negocio sostenibles en la era digital. Algunos expertos sugieren que la solución no solo pasa por la persecución legal, sino también por crear alternativas accesibles, atractivas y legales, que ofrezcan experiencias de usuario equivalentes o superiores a las obtenidas mediante prácticas ilegales.

De acuerdo con SonoSuite (2021), aunque las plataformas de pago han reducido el uso de estos servicios, siguen existiendo redes completas dedicadas a distribuir contenido extraído ilegalmente. Esto representa un doble problema: por un lado, afecta la monetización de las plataformas; por otro, vulnera directamente a los artistas, que ven reducidos sus ingresos por reproducciones legítimas.

Las leyes federales y estatales en distintos países han intentado combatir este fenómeno, pero la velocidad con la que se crean nuevas herramientas dificulta su control. En la práctica, es una carrera continua entre quienes producen contenido ilegal y quienes intentan detenerlo.

Debido a la evolución, se han desarrollado diversas formas para realizar o restringir la piratería, según Gordon y Silverman (2011), la descarga legal de música, por ejemplo, mediante iTunes, implica la compra permanente de una grabación. Sin embargo, este proceso suele involucrar costos, permisos, licencias y gestión de derechos que muchos usuarios desconocen. Esta falta de claridad contribuye a que las personas opten por la piratería, percibida como una “alternativa simple, rápida y gratuita”.

Además, la complejidad de los derechos relacionados con los masters, que pueden pertenecer a sellos discográficos, productores o artistas, añade barreras económicas y administrativas que dificultan la distribución legal. Esto provoca que, para muchos consumidores, la opción más viable sea acceder ilegalmente al contenido.

Ahora, debido a la descarga ilícita de la música, se ha generado un impacto de la piratería en la música afectando músicos y disqueras, limitando su creatividad e ingresos, es por eso por lo que según MUSO (s.f.), el impacto de la piratería digital en los músicos y los sellos discográficos es significativo. La piratería no sólo causa pérdidas financieras, sino que también perjudica la creatividad y la innovación. El miedo a la piratería puede disuadir a los artistas de invertir su tiempo y recursos en la creación de nuevas obras, y a los sellos discográficos de invertir en nuevos talentos. Como resultado, esto puede llevar a un estancamiento de la música, limitando la diversidad de ideas y voces. Además de las pérdidas financieras, la piratería también puede dañar la reputación de los músicos y los sellos discográficos. La distribución no

autorizada de música puede provocar una pérdida de control sobre cómo se distribuye su trabajo y potencialmente limitar su capacidad de comercializar y vender su trabajo. La piratería también puede dañar el valor de la marca de un artista y limitar sus oportunidades de colaboraciones y asociaciones. Para abordar el problema de la piratería digital, los músicos y los sellos discográficos pueden trabajar con empresas antipiratería como MUSO.com para proteger su propiedad intelectual y sus activos musicales.

Asimismo, el impacto de la piratería tiene implicaciones psicológicas para los artistas. La percepción de que su trabajo puede ser fácilmente reproducido sin compensación puede generar frustración, desmotivación e incluso afectar la producción de nuevas obras. Este aspecto intangible subraya que la piratería no solo se mide en términos monetarios, sino también en la capacidad de los creadores para innovar y mantener la calidad artística de sus producciones.

Cabe mencionar que muchas personas han optado por utilizar esta práctica ya con el tiempo se ha vuelto un estilo de vida cada vez más rentable. Arévalo (2014) explica que la reproducción ilegal de discos se ha convertido en un negocio rentable dentro del comercio informal. La demanda insatisfecha, las crisis económicas, el desempleo y la falta de vigilancia legal han permitido que la piratería se institucionalice como una actividad económica paralela. Para muchas personas, vender discos piratas es una fuente de ingresos estable y accesible.

El comercio informal de música pirata también refleja deficiencias en la política pública y en la educación sobre propiedad intelectual. La ausencia de campañas de concienciación efectivas y de controles regulatorios consistentes ha permitido que se naturalice la piratería como actividad económica legítima para ciertos sectores de la población, perpetuando la vulnerabilidad de los artistas y la desigualdad en el acceso a derechos culturales.

Esto demuestra que la piratería no es solo un problema tecnológico, sino también social y estructural, vinculado a desigualdad económica, falta de oportunidades y acceso limitado a bienes culturales.

Aunado a lo comentado anteriormente, es importante entender un poco la piratería dentro de la industria discográfica, su efecto, pero también el proceso ilegal que se lleva a cabo. García (2023) señala que la industria discográfica históricamente ha tenido que lidiar con la piratería como uno de sus principales obstáculos. El hecho de que por cada disco legal exista uno pirata ilustra cómo la distribución ilegal afecta directamente los costos de producción, promoción y lanzamiento, elementos esenciales para el debut de nuevos artistas.

Las copias ilícitas rompen por completo el modelo económico de la industria: mientras un sello invierte miles de dólares en grabación, diseño, distribución y publicidad, los piratas generan copias a un costo mínimo y sin rendir cuentas.

Conociendo todo esto sobre la piratería, es importante conocer como es el manejo del dinero en la música. Sin duda alguna, gracias a la piratería esto se ha vuelto un proceso más difícil, según Brabec (2011) “el derecho a distribuir al público copias o registros telefónicos de la obra protegida por derechos de autor mediante venta u otra transferencia de propiedad, o mediante alquiler, arrendamiento o préstamo. Este derecho le da al propietario de los derechos de autor control inicial sobre el primer registro, copia u obra autorizada”. Además, “una fuente importante de ingresos para los editores en el futuro serán los pagos mecánicos y de rendimiento por descargas de música, audio, streaming de vídeo con música, aplicaciones, tonos de llamada, etc.”

Es por eso la gran importancia de conocer la necesidad de protección de la música como patrimonio cultural y artístico. En este trabajo se cuestionan las causas actuales de la música y

cuáles son sus consecuencias como lo pueden ser las transformaciones de contextos de recepción musical y la concepción de la música, así como también la aparición de la piratería en estos medios.

Y no solo es el hecho de conocer la importancia de la protección de la música, sino también hay que conocer el impacto económico, cultural y emocional, es por eso que de acuerdo con Ahlawat (2023), el impacto de la piratería musical es multifacético y está profundamente arraigado en la música. A la vanguardia está el impacto económico, con miles de millones de dólares en ingresos potenciales que se pierden a nivel mundial cada año debido a descargas y transmisiones ilegales. Esta pérdida de ingresos afecta no sólo a los artistas de alto perfil sino también a los actores más pequeños: músicos independientes, intérpretes de fondo, compositores y productores. El impacto secundario es cultural, ya que cuando los artistas no reciben una compensación justa por su trabajo, se devalúa la música como forma de arte. Esto podría disuadir a los artistas que quieren dedicarse a la música, sofocando así la creatividad y la innovación a largo plazo.

Además, el término “minorista” ha cobrado gran relevancia en los últimos años, según Britten (2009) el comercio minorista de música es la venta de música grabada al público en general. En años anteriores, todos los minoristas de música eran amantes de la música independientes, eran inocentes y no especialmente comerciales con un negocio estable. Hoy en día, los CD y otros productos musicales se venden en más lugares que nunca. Los minoristas pagan a las compañías discográficas/distribuidores un “precio de distribuidor” por los CD. Esto puede variar, pero siempre está en algún punto entre lo que un cliente pagará por él y el precio minorista. Los precios de distribuidor son el tema de casi toda la comunicación entre el distribuidor y los precios minoristas en su importante margen de beneficio.

Por otra parte, nos podemos dar cuenta de las pérdidas o ganancias que se dan dentro de la música debido a las encuestas de pérdidas económicas por la piratería y el daño que tiene. De acuerdo con Mikue (2023) más allá de las pérdidas económicas que supone la piratería, los consumidores apelan a ella por distintos motivos, según el estudio. Un 62% de los consumidores consultados por el Observatorio de Piratería confiesan que les resulta fácil acceder a la oferta ilegal. La música, los libros y los periódicos son los que más fácil acceso tendrían para los consumidores. Al igual que ocurría en el informe de 2021, más de un 50% de los internautas confiesan que saben distinguir entre plataformas ilegales y legales, sobre todo entre el grupo más joven de entre 11 a 14 años, que argumenta “que no hace daño a nadie y que no hay consecuencias legales”. Mientras que a diferencia de los adultos de entre 35 y 44 años, justifican el acceso a la piratería por evitar pagar por algo que luego no les guste, poder acceder a contenidos que no pueden hacer de otra manera, y la urgencia de acceder a las novedades.

Es por lo mismo que Uribe et al. (2009), en su investigación comentan acerca de los factores que influyen la piratería de música digital desde internet en Chile, cómo es que los alumnos de universidad del país de Chile son tan propensos a piratear música, utilizando la teoría del comportamiento planeado como lo es la actitud, el control percibido de la conducta, moralidad, comportamiento pasado y la opinión de su entorno social; tomando en cuenta también la edad y sexo para ver qué factores influyen en la descarga ilegal de archivos musicales. “El rápido avance tecnológico e informático ha conllevado múltiples cambios en el almacenamiento e intercambio de información entre los usuarios de internet. En el caso específico de la música, el surgimiento de formatos de comprensión que combinan alta calidad de sonido con menor tamaño, como es el caso del MP3”. Uribe et. al (2009).

Por otro lado, el periodista Stephen Witt en su libro “How music got free” nos permite tener un panorama más amplio acerca de cómo es que las personas que consumen piratería piensan y se comportan. En este libro el autor comienza redactando que él mismo fue parte de la generación que empezaba a consumir piratería. Va contando su experiencia en como esto fue cambiado transformándose. “Cuando en 1997 entré a la universidad, no había oído hablar de los MP3”. “Fui de los primeros en sumarse a las descargas digitales”. (Witt, 2016). Después de esto le interesó mucho el tema y su curiosidad le permitió seguir indagando, encontró una base de datos secreta en donde se recopilaban aproximadamente treinta años de filtraciones como música, películas y software.

Es así como nos ponemos a cuestionar el cómo los avances tecnológicos han ayudado y afectado a la música, y como los organismos encargados de combatirla también la aplican para retirar contenidos no autorizados, por lo que Fabra (2023) comenta que esta práctica ilegal siempre se ha revelado como un reto polifacético muy complejo de resolver. Requiere de esfuerzos combinados de las distintos agentes: autoridades, plataformas, usuarios y las entidades que gestionan los derechos de propiedad intelectual. Hoy la piratería se ha sofisticado mucho. Principalmente, gracias a la tecnología de que disponen los piratas que se traduce, entre otras cosas, en una mayor calidad de los contenidos ilegales que se emiten o se reproducen y que hace que muchos consumidores sigan apostando por estas opciones. En algunos casos, incluso sin ser consciente de que no están consumiendo contenido legal. Pero estos avances tecnológicos también están facilitando, a quienes tienen la obligación de combatir esta práctica ilegal, la implementación de mecanismos que permiten detectar y retirar contenidos no autorizados de sus plataformas. Eso sí, con el elevado coste que conlleva su adquisición.

Y para cerrar o concluir el tema es necesario saber que, Sedeño (2005) plantea que estudiar la piratería implica también cuestionar la concepción contemporánea de la música, su valor cultural y las transformaciones de sus contextos de consumo. La piratería no es un fenómeno estático: involucra cambios tecnológicos, económicos, sociales y legales que continúan evolucionando. Por eso, entenderla desde múltiples perspectivas es fundamental para diseñar estrategias que protejan la música como patrimonio cultural, producto económico y forma de expresión artística.

Finalmente, es relevante subrayar que la piratería musical es un fenómeno profundamente interdisciplinario, cuya complejidad no puede abordarse desde una sola perspectiva ni reducirse a un problema meramente legal o económico. Al contrario, su naturaleza está entrelazada con una amplia variedad de dimensiones que interactúan entre sí: la estructura jurídica que protege la propiedad intelectual, los modelos económicos que sostienen la industria musical, las dinámicas sociales de consumo, los avances tecnológicos que facilitan el acceso a los contenidos, y los cambios culturales que influyen en la percepción colectiva sobre el valor del arte.

Desde el plano legal, la piratería pone en evidencia las limitaciones de los marcos normativos tradicionales frente a un entorno digital dinámico, globalizado y en constante evolución. Las leyes, aunque fundamentales, no siempre pueden responder con la misma rapidez con la que surgen nuevas tecnologías o métodos de distribución ilegal, lo que impone un reto permanente para legisladores, instituciones y organismos encargados de la protección de los derechos de autor.

En el ámbito económico, la piratería altera los modelos de ingresos de los artistas y de todas las industrias relacionadas con la música, desde los estudios de grabación hasta las plataformas digitales. Este desequilibrio obliga a replantear las estrategias de negocio, acelerar la innovación

en modelos de suscripción, desarrollar nuevas fuentes de ingreso y buscar alternativas viables que permitan sostener la creación artística incluso en un escenario donde el acceso informal continúa vigente.

La dimensión sociológica también es indispensable para comprender la piratería musical. Los hábitos de consumo, las percepciones éticas, las presiones sociales y la normalización de prácticas ilegales afectan directamente la manera en que la sociedad valora la música. En muchas regiones, la piratería está asociada a desigualdades económicas, falta de educación sobre propiedad intelectual y brechas digitales que limitan el acceso a opciones legales. Estas realidades muestran que el combate a la piratería requiere comprender los contextos sociales que la hacen posible.

Por otro lado, el componente tecnológico es quizá uno de los más determinantes. La capacidad del internet para reproducir, almacenar y compartir archivos de manera ilimitada ha permitido que la piratería adopte formas cada vez más sofisticadas. Esto exige el desarrollo de tecnologías de protección de contenido más inteligentes, capaces de detectar infracciones en plataformas masivas, en herramientas de stream-ripping, en sitios anónimos y en redes de distribución clandestinas.

Finalmente, el análisis cultural revela que la piratería también está relacionada con la forma en la que las personas interpretan la música como parte de su identidad, su vida cotidiana y su acceso al entretenimiento. Comprender estas dinámicas permite identificar por qué ciertos públicos priorizan el acceso inmediato por encima de la legalidad, y cómo la educación cultural puede transformar esa percepción.

Solo entendiendo la piratería desde esta mirada interdisciplinaria es posible diseñar políticas más efectivas, desarrollar tecnologías de protección verdaderamente útiles y construir

estrategias educativas profundas que promuevan un consumo responsable. De esta manera, se podrá fortalecer la apreciación social de la creatividad como un recurso indispensable para el desarrollo cultural, artístico y económico de cualquier sociedad.

Metodología

La metodología cualitativa de este estudio se basó en un diseño interpretativo y descriptivo, el cual tiene como propósito comprender de manera más profunda las percepciones, motivaciones, experiencias y significados que tienen las personas en base al tema de la piratería musical en México, desde las perspectivas de los consumidores. Este enfoque cualitativo es adecuado porque la piratería no puede explicarse únicamente con números, sino que también se necesita conocer los elementos culturales, éticos, emocionales y conductuales que influyen en su práctica. El diseño de investigación adoptado fue un estudio de campo con enfoque netnográfico, ya que busca identificar cómo las personas experimentan y justifican el consumo o rechazo de contenidos musicales ilegales, así como las implicaciones que reconocen en la industria. Para esto, se desarrolló un instrumento principal, las cuales fueron entrevistas integradas por 12 preguntas abiertas centradas en cuatro categorías de análisis: percepción de la piratería, conducta de consumo, implicaciones éticas y conocimiento de los derechos de autor. Este instrumento se anexa como parte de la evidencia metodológica. Además de las entrevistas, se elaboró una guía para focus group con dinámica de diálogo para lograr identificar discursos colectivos y normalización del consumo ilegal.

El proceso de recolección de datos se llevó a cabo durante los meses de octubre y noviembre, siguiendo un protocolo estructurado que inició con el contacto y consentimiento informado de los participantes, la explicación de los objetivos del estudio y la garantía de confidencialidad. Las entrevistas se realizaron de forma presencial en espacios académicos, principalmente en el

edificio de “Liderazgo” en la Universidad Anáhuac Querétaro, debido a que era un espacio en el cual había mucha gente y un buen público para nuestra investigación. Los focus group se enfocaron en entrevistar a grupos de estudiantes de más de 3 integrantes. Durante todo el proceso se elaboraron bitácoras de campo correspondientes a octubre y noviembre, donde se registraron observaciones, lenguaje no verbal, reacciones espontáneas, silencios significativos, discursos repetidos y patrones culturales detectados. Asimismo, se incluyeron capturas de pantalla, notas de audio, transcripciones parciales y fragmentos de comentarios obtenidos en redes sociales que los participantes compartieron como evidencia de normalización del consumo ilegal.

La recolección también incorporó observación no participante en entornos digitales como foros, páginas de descarga y comentarios en videos de YouTube relacionados con música; estas observaciones se registraron en una segunda bitácora que permitió identificar discursos frecuentes como “la música debería ser gratis”, “no afecta a nadie” o “la industria gana suficiente dinero”. También es importante comprender que para el análisis de los datos se clasificaron las respuestas en distintas categorías: accesibilidad, costo, ética y derechos de autor, cultura digital, normalización social, impacto percibido y experiencias personales con piratería. Los datos fueron analizados bajo un enfoque de análisis de contenido, identificando patrones de significado, contradicciones, justificaciones, emociones asociadas y cambios generacionales en la percepción del problema.

La metodología se logró al integrar entrevistas, focus groups, observación digital, bitácoras mensuales y análisis documental de publicaciones y reportes sobre piratería en México. En conjunto, esta metodología cualitativa nos ayuda a construir un panorama integral que revela cómo la piratería está profundamente normalizada, cómo se justifica en distintos sectores de la población y cómo afecta tanto económica como emocionalmente a los

creadores musicales, generando así datos sólidos para la reflexión y formulación de estrategias antipiratería más efectivas, humanas y contextualizadas.

Resultados

Primeramente, la observación netnográfica realizada permitió identificar que la piratería musical se encuentra completamente normalizada dentro de la cultura digital juvenil. A lo largo de los siete días de análisis, se constató que los jóvenes universitarios no solo consumen contenido pirata, sino que además lo integran a su vida cotidiana mediante memes, chistes y comentarios humorísticos. Este tipo de interacciones reduce la percepción de gravedad asociada al acto y lo transforma en una práctica social aceptada, compartida y, en algunos casos, celebrada. Así, la piratería deja de percibirse como una infracción legal para convertirse en un hábito cultural profundamente arraigado.

La revisión de redes sociales reveló una clara tensión entre la moralidad del consumo ilegal y la realidad económica de los usuarios. Aunque algunos reconocen que piratear es incorrecto, prevalece la idea de que la música debe ser accesible para todos, independientemente de su situación financiera. Muchos comentarios justifican la piratería como una respuesta a los altos precios de las plataformas de streaming, la desigualdad económica o la indisponibilidad de ciertos contenidos en los catálogos legales. En este sentido, el fenómeno se interpreta no como un acto de transgresión, sino como una consecuencia directa de un sistema de acceso limitado que empuja a los usuarios hacia alternativas informales.

Durante la observación emergió también la perspectiva de varios artistas, quienes manifestaron posturas ambivalentes respecto a la piratería. Aunque reconocen que esta práctica afecta sus ingresos y devalúa su trabajo, también admiten que pueden contribuir a la difusión de su

música, sobre todo en etapas tempranas de sus carreras. En algunos casos, se mencionó que géneros como el reguetón lograron consolidarse gracias a la circulación clandestina de discos y archivos, lo que demuestra que la piratería ha tenido, históricamente, un papel relevante en la expansión de ciertos movimientos musicales. Esto refuerza la idea de que la piratería tiene efectos complejos y no estrictamente negativos.

Otro hallazgo significativo fue la percepción generalizada de que las plataformas de streaming contribuyen, de manera indirecta, al retorno de la piratería. Muchos usuarios expresaron molestia por el aumento de precios, la reducción en la disponibilidad de canciones y la fragmentación de catálogos entre múltiples servicios. Estas prácticas generan frustración y llevan a los consumidores a optar nuevamente por la piratería como una forma de protesta o como un mecanismo para recuperar el acceso perdido. En los comentarios se observa una crítica constante hacia estas empresas, a las que se acusa de priorizar el beneficio económico por encima de la accesibilidad y la experiencia de los usuarios.

A nivel cultural, la piratería musical aparece representada como una práctica compartida que refuerza la identidad del grupo. El humor, los recuerdos colectivos y las referencias históricas desempeñan un papel importante en su normalización. Por ejemplo, los usuarios retoman ejemplos como las copias clandestinas de música en radiografías de la Unión Soviética o la transcripción no autorizada de Mozart para argumentar que la piratería ha existido desde hace siglos y no es un fenómeno exclusivo de la era digital. Estas narrativas históricas funcionan como mecanismos simbólicos que restan seriedad al acto contemporáneo.

Finalmente, se identificó una profunda desconfianza hacia la industria musical y sus modelos de pago. Muchos jóvenes desconocen cómo funcionan las regalías y creen que los artistas ganan muy poco incluso cuando se

consume su música legalmente. Esta percepción, combinada con la idea de que las disqueras reciben la mayor parte de las ganancias, fomenta la creencia de que pagar por música no necesariamente beneficia al creador. Como consecuencia, la piratería se justifica no solo por cuestiones económicas, sino también por una sensación de injusticia dentro de la industria.

En conjunto, los hallazgos netnográficos muestran que la piratería musical ya no puede entenderse únicamente como un acto ilegal, sino como un fenómeno cultural profundamente arraigado en la vida digital de los jóvenes. Se encuentra atravesada por dinámicas de desigualdad, percepciones de injusticia, hábitos tecnológicos y formas de socialización propias de la cultura contemporánea. Para los usuarios jóvenes, más que un delito, la piratería es una estrategia de acceso, una práctica colectiva y un componente más de su experiencia musical cotidiana. Ante este panorama, la industria musical enfrenta el desafío de replantear sus modelos de distribución y diseñar alternativas más accesibles, atractivas y equitativas que respondan a las necesidades reales de los consumidores.

Además de los métodos previamente aplicados, se implementó una estrategia de recolección de datos basada en entrevistas presenciales a distintos grupos, con el objetivo de obtener una comprensión más profunda y directa de las percepciones sobre la piratería musical. Este trabajo de campo se llevó a cabo en el edificio de Liderazgo de la Universidad Anáhuac Querétaro, donde se realizaron aproximadamente 60 entrevistas a estudiantes de distintas carreras. Cada entrevista fue grabada con el fin de conservar la información íntegra y permitir un análisis posterior más preciso. Las conversaciones se guiaron mediante diez preguntas abiertas, diseñadas para explorar percepciones, experiencias personales, motivaciones y actitudes respecto a la piratería musical.

Los resultados obtenidos revelan una serie de patrones consistentes. En primer lugar, al preguntar qué ideas surgen al escuchar el término “piratería musical”, los entrevistados asociaron el concepto principalmente con descargas ilegales, robo, distribución no autorizada y comercio informal. Estas respuestas muestran que existe un entendimiento claro de la ilegalidad, aunque ello no necesariamente se traduce en rechazo hacia la práctica.

Al profundizar en las razones por las que la gente continúa recurriendo a música pirata a pesar de la existencia de plataformas como Spotify o Apple Music, los participantes señalaron diversos factores: limitaciones económicas, falta de interés en pagar suscripciones, preferencia por la gratuidad y la disponibilidad de cierto contenido que no se encuentra en plataformas oficiales. Tales respuestas evidencian que la piratería sigue cumpliendo una función de accesibilidad para sectores que enfrentan barreras económicas o para usuarios que buscan material fuera de los medios comerciales.

En relación con el posible impacto de la piratería en la valoración del trabajo artístico, las opiniones fueron variadas. Algunos participantes afirmaron que la normalización de la piratería ha contribuido a disminuir el respeto hacia los creadores, diluyendo la dimensión ética del consumo musical. Otros, en cambio, sostuvieron que la mayoría de las personas no reflexiona sobre este impacto y, por lo tanto, su valoración hacia los artistas no cambia significativamente. Esta diversidad de perspectivas refleja la complejidad del fenómeno y la falta de conciencia generalizada sobre sus implicaciones.

Respecto a la percepción de gravedad o normalización del consumo ilegal, la mayoría de los entrevistados coincidió en que la piratería está profundamente normalizada en México y que es vista como una práctica cotidiana más que como una transgresión. De igual manera, se destacó que

la situación económica es uno de los factores decisivos que llevan a muchos consumidores, especialmente a jóvenes y personas con recursos limitados, a optar por música pirata.

En cuanto al impacto en artistas emergentes, los estudiantes señalaron que la piratería puede reducir las ganancias económicas que estos necesitan para crecer profesionalmente. Sin embargo, también reconocieron que, en ciertos casos, la exposición informal puede contribuir a que nuevos talentos sean descubiertos por públicos más amplios. Este doble efecto refuerza la paradoja existente entre la afectación económica y la visibilidad cultural que genera la circulación no oficial de contenido.

Sobre el papel de las plataformas de streaming, varios entrevistados manifestaron la percepción de que dichos servicios benefician principalmente a grandes compañías, mientras que los artistas reciben ingresos muy reducidos por reproducción. Esta idea alimenta el escepticismo respecto a si consumir música legal realmente apoya de manera significativa a los creadores.

Asimismo, los participantes señalaron que la cultura del consumidor en México está marcada por la falta de educación en derechos de autor y por la normalización social del acceso gratuito, factores que contribuyen a perpetuar la piratería. Cuando se les pidió proponer soluciones, recomendaron reducir costos de las plataformas, generar planes más inclusivos, mejorar la accesibilidad del contenido legal y ofrecer beneficios exclusivos para incentivar el consumo formal.

Finalmente, al imaginar un escenario en el que la piratería desapareciera por completo, los entrevistados expresaron opiniones contrastantes. Algunos consideraron que esto podría traducirse en una compensación más justa para los artistas y una mayor valoración de su trabajo. No obstante, otros señalaron que la eliminación total de la piratería podría restringir el acceso a la música

para sectores con menos recursos y disminuir la visibilidad de artistas emergentes, afectando tanto la diversidad como el acceso cultural.

Tabla 1. Tabla de frecuencias y Hallazgos del Análisis Teórico-empírico

Nombre	Descripción	Frecuencia	Comentario
Conciencia sobre derechos de autor	Nivel de comprensión que tienen los consumidores acerca de las implicaciones legales y éticas de consumir música pirata.	18 de 60	12 entrevistados reconocen haber escuchado el término “derechos de autor”, pero no saben exactamente qué implica ni cómo afecta al artista. 6 de ellos afirman que existe falta de educación cultural y legal sobre el tema.
Normalización del consumo ilegal	Percepción social que considera el acceso gratuito como algo normal o sin consecuencias.	45 de 60	32 de ellos expresó que “todos lo hacen” o que “no pasa nada si descargas música”. 13 comentan que la piratería se percibe como una práctica cotidiana aceptada socialmente.
Valoración del trabajo artístico	Reconocimiento del esfuerzo, creatividad y mérito detrás del trabajo musical.	33 de 60	23 entrevistados valoran el trabajo del artista, pero aun así descargan música ilegalmente, mostrando una contradicción

			entre su ética y su comportamiento real. Los 10 restantes confirman no consumir ni descargar música de manera ilegal, así no afectando a los artistas.
Preferencia por plataformas legales	Disposición a usar servicios de streaming con suscripción (Spotify, Apple Music, etc.).	38 de 60	25 afirman utilizar plataformas legales, aunque los 13 entrevistados restantes, admiten recurrir a opciones ilegales cuando no pueden pagar la suscripción o cuando una canción no está disponible.
Impacto percibido en los artistas	Opinión sobre cómo la piratería afecta a los músicos y productores.	40 de 60	20 entrevistados coinciden en que la piratería perjudica los ingresos y la motivación de los artistas, y los otros 20 asumen responsabilidad individual sobre ese impacto.
Eficacia de las leyes antipiratería	Percepción sobre si las leyes actuales son suficientes o efectivas.	25 de 60	19 consideran que las leyes no se aplican con firmeza o son poco conocidas. Se sugiere fortalecer la

			difusión de sanciones y campañas informativas. 6 consideran que no hay alguna alternativa en la que se pueda evitar esta problemática
Evolución tecnológica de la piratería	Adaptación de la piratería a los avances tecnológicos (VPN, descargas, stream-ripping).	37 de 60	27 encuestados identifican que la piratería “se modernizó”, pasando de discos piratas a sitios web y descargas ilegales, lo que la hace más difícil de controlar. 10 están de acuerdo en que la piratería lleva el mismo formato desde siempre.
Factores económicos	Razones financieras que motivan el consumo pirata.	25 de 60	20 entrevistados justifican su conducta diciendo que “la música debería ser gratuita” o que las plataformas “son caras para estudiantes”. El costo se percibe como principal barrera. 5 están de acuerdo con la barrera económica.
Transformación cultural del	Cambios en la forma de consumir música a	50 de 60	27 reconocen que el streaming cambió

consumo musical	causa del streaming y la digitalización.		completamente la experiencia de escuchar música, pero 23 admiten que también facilitó nuevas vías de piratería digital.
Responsabilidad del consumidor	Nivel de autorreflexión ética sobre el propio papel en la piratería.	20 de 60	Solo 6 reconocen abiertamente su responsabilidad en perpetuar el problema; los 14 restantes culpan a las plataformas o a la falta de opciones accesibles.

Tabla 2. Dimensiones consideradas para analizar la piratería

Dimensión Analizada	Descripción del Hallazgo	Contribución a la Piratería en la Industria Musical
Percepción general de la piratería musical	La mayoría relaciona la piratería con descargas ilegales o gratuitas; algunos la ven como algo cotidiano heredado de prácticas antiguas como Ares.	Fomenta la comprensión crítica de las prácticas digitales y su impacto en la economía creativa.
Conocimiento sobre legalidad	Aunque los participantes saben que es ilegal, no lo consideran un delito grave ni con consecuencias reales.	Promueve el pensamiento ético sobre derechos digitales y propiedad intelectual.
Normalización social	Se percibe como una práctica común y aceptada en la vida diaria, especialmente entre jóvenes.	Permite reflexionar sobre normalización de conductas no sostenibles en industrias culturales.
Motivos económicos	Muchos justifican la piratería por no poder pagar	Contribuye al análisis de desigualdad en

	suscripciones o no priorizarlas económicamente.	acceso al entretenimiento y la cultura.
Accesibilidad tecnológica	La piratería se mantiene donde hay baja conectividad o dispositivos antiguos que dificultan el streaming.	Sensibiliza sobre brecha digital y necesidad de acceso equitativo a tecnología.
Percepción del streaming	Los usuarios ven las plataformas como útiles pero costosas, y algunos consideran que no ofrecen suficiente valor.	Ayuda a evaluar modelos de negocio y alternativas sostenibles en industrias creativas.
Beneficios percibidos hacia artistas	Se piensa que las grandes empresas ganan más que los músicos en plataformas de streaming.	Promueve la reflexión sobre distribución justa y ética de ingresos.
Impacto en artistas emergentes	Los músicos independientes son vistos como los más afectados económicamente por la piratería.	Contribuye al desarrollo de propuestas que apoyen a creadores emergentes.
Impacto en artistas consolidados	Aunque genera pérdidas, se percibe que los artistas famosos no sufren tanto como los independientes.	Permite analizar desigualdades internas dentro de la industria.
Valoración del trabajo artístico	El público ha dejado de ver la música como un producto con valor económico directo.	Fomenta el reconocimiento del esfuerzo creativo y del trabajo profesional.
Cultura del consumidor	Existe falta de educación sobre derechos de autor y uso responsable de contenido digital.	Impulsa competencias en ciudadanía digital responsable.
Dimensión ética del consumo	Se identifica que muchos consideran “no dañar a nadie” al escuchar música pirata.	Desarrollo de pensamiento crítico sobre impacto colectivo de acciones individuales.

Disponibilidad de contenido	Cuando canciones no están disponibles en plataformas, los usuarios recurren a la piratería.	Apoya el análisis de modelos de acceso cultural más inclusivos.
Hábitos de consumo heredados	Muchos aprendieron a descargar música ilegal desde pequeños, por imitación familiar o social.	Permite reflexionar sobre la influencia educativa y cultural en comportamientos digitales.
Relación costo-beneficio	Los usuarios sienten que pagar por música no ofrece suficiente beneficio frente a la piratería gratuita.	Apoya el diseño de propuestas más asequibles y sostenibles.
Aceptación generacional	Los jóvenes consideran la piratería como “algo normal” más que como una falta ética.	Favorece el análisis del impacto generacional en las industrias creativas.
Propuestas de solución	Se sugieren planes económicos, versiones gratuitas con anuncios y más educación digital.	Contribuye a nuevas políticas educativas y modelos de negocio accesibles.
Equidad en el acceso cultural	Se reconoce que la piratería surge, en parte, por desigualdad económica y digital.	Impulsa competencias de justicia social y acceso equitativo a la cultura.
Consecuencias económicas para la industria	Se considera que la piratería reduce ingresos globales y limita la inversión en nuevos artistas.	Fomenta la comprensión de impactos económicos sistémicos en industrias culturales.
Futuro sin piratería	Se imagina una industria más justa, con más recursos para nuevos talentos y producciones de mayor calidad.	Promueve visión prospectiva sobre sostenibilidad cultural y creatividad.

Para concluir, los resultados recopilados en las tablas presentadas anteriormente muestran que, aunque una parte de los participantes reconoce haber escuchado el concepto de derechos de autor, su comprensión es superficial y no se traduce en un comportamiento informado. De los 60 participantes, solo 18 demostraron algún nivel de conciencia, y aun dentro de este grupo, varios mencionaron que existe una falta generalizada de educación cultural y legal sobre el tema. Esto evidencia que el desconocimiento continúa siendo un factor significativo que permite la perpetuación de la piratería musical.

La práctica del consumo ilegal se encuentra ampliamente normalizada, con 45 de los encuestados afirmando que descargar música sin pagar es visto como algo cotidiano o socialmente aceptado. Los comentarios cualitativos refuerzan esta idea, pues muchos señalaron que “todos lo hacen” o que “no pasa nada” si se accede a contenido no autorizado. Esta normalización social resulta ser uno de los elementos más fuertes y determinantes en la persistencia de la piratería.

Uno de los hallazgos más reveladores es la contradicción entre la valoración del trabajo artístico y el comportamiento real del consumidor. Aunque 33 participantes afirmaron valorar el esfuerzo y talento de los artistas, más de dos tercios de este grupo admitieron seguir descargando música ilegalmente, demostrando una brecha entre la ética declarada y las acciones realizadas. Esta contradicción también se observa en la percepción del impacto: aunque 40 participantes reconocen que la piratería afecta económicamente a los artistas, especialmente a los emergentes, esto no siempre se traduce en cambios de hábito.

En cuanto al uso de plataformas de streaming, 38 personas señalaron preferir opciones legales; sin embargo, un número considerable admitió recurrir a métodos ilegales cuando no pueden pagar una suscripción o cuando ciertos contenidos no están disponibles. Esta

tensión entre accesibilidad económica y disponibilidad del catálogo evidencia que el modelo actual aún no responde completamente a las necesidades de los usuarios, generando un incentivo indirecto para recurrir a la piratería.

Un hallazgo importante es la percepción sobre la evolución tecnológica de la piratería: 27 participantes señalaron que esta práctica se ha modernizado mediante métodos como stream-ripping o el uso de VPN, lo que la hace más accesible y difícil de controlar. Solo una minoría consideró que la piratería mantiene un formato tradicional, lo que confirma que el fenómeno continúa adaptándose al entorno digital actual.

Los factores económicos también desempeñan un papel clave. Veinte participantes justificaron la piratería diciendo que la música “debería ser gratuita” o que las plataformas son “caras para estudiantes”, lo que demuestra que el costo sigue siendo una barrera importante para un uso completamente legal del contenido musical. Esto se vincula directamente con la percepción del valor: muchos usuarios sienten que el pago no ofrece suficiente beneficio en comparación con las alternativas gratuitas.

Finalmente, las tablas muestran que la responsabilidad individual es un tema poco asumido. Solo 6 participantes reconocieron abiertamente su papel en la perpetuación de la piratería, mientras que la mayoría trasladó la responsabilidad a las plataformas, los precios o la falta de opciones más accesibles. Esta falta de autocritica refuerza la idea de que la piratería es vista más como un problema externo que como una decisión personal.

Conclusión

La presente investigación permitió comprender con mayor profundidad las motivaciones, percepciones y condiciones que llevan a los consumidores a recurrir a la música pirata, así como las múltiples formas en que esta práctica repercute directamente en la labor y el

sustento de los artistas. El análisis detallado de hábitos de consumo, niveles de conocimiento y factores socioculturales reveló que la piratería no surge necesariamente de un deseo consciente de perjudicar a los creadores, sino más bien de una combinación de elementos como la accesibilidad económica, la facilidad de uso, la falta de alternativas percibidas, el desconocimiento de las implicaciones reales y, en muchos casos, el deseo de descubrir nuevos artistas fuera de los medios comerciales tradicionales. Esto evidencia que la piratería, más que un acto estrictamente transgresor, se inserta en una dinámica cotidiana donde influyen desigualdades, hábitos tecnológicos y percepciones culturales ampliamente normalizadas.

De igual manera, la investigación dejó ver una dualidad significativa dentro del fenómeno. Por un lado, la piratería afecta de manera directa los ingresos de los artistas, disminuye el reconocimiento formal de su trabajo y puede comprometer su estabilidad profesional a largo plazo, especialmente en un entorno donde los ingresos por regalías ya son reducidos. Por otro lado, también se identificó que, para muchos artistas emergentes, la circulación informal de su música puede convertirse en una oportunidad de exposición difícil de conseguir en mercados altamente competitivos. Esta paradoja muestra que la piratería, aunque problemática, puede funcionar como un mecanismo indirecto de difusión cultural. Reconocer este doble impacto permite comprender la complejidad del fenómeno más allá de visiones simplistas que lo reducen únicamente a un daño o a una ventaja.

En conjunto, los hallazgos resaltan la necesidad de impulsar información clara, accesible y transparente que permita a los consumidores tomar decisiones más conscientes y responsables. Es fundamental promover una mayor valoración del trabajo artístico, así como un entendimiento más profundo de cómo los hábitos de consumo —legales o no— influyen en la sostenibilidad de todo el ecosistema musical.

La reflexión final que emerge de este estudio invita a replantear la relación entre consumidores y creadores, buscando un equilibrio viable entre el acceso democrático a la cultura y el reconocimiento justo del esfuerzo artístico. Este equilibrio, más que una aspiración ideal, se perfila como un reto prioritario para el futuro de la industria musical y para la construcción de un entorno en el que tanto artistas como audiencias puedan convivir y desarrollarse de manera justa y sostenible.

Referencias

- Arévalo. et. al. (2014). Impacto de la copia ilegal de discos en la industria discográfica y sus posibles soluciones. Escuela Superior Politécnica del Litoral. <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/3531/1/T-33086.pdf>
- Babrec, T. & Babrec, J. (2011). Music money and success: the insiders guide to making money in the music business. Seventh edition. Schimer trade books. pp.58 y 100. 978-0-8256-7369
- Barbosa et al. (2017). *Piratería musical como producto de un sistema evolutivo*. Universidad de los Andes Colombia. <https://repositorio.uniandes.edu.co/entities/publication/894e39b3-cc68-4d80-b02b-c8e5a1b22df7>
- Britten, A. (2009) Working in the music industry. *Howtobooks*. pp.131-133. 978-1-84528-357-5
- Fabra, A. (2023, 9 mayo). *La piratería: un importe freno a la actividad*. Telefónica. <https://www.telefonica.com/es/sala-comunicacion/blog/la-pirateria-un-importante-freno-a-la-creatividad/>
- García. et al. (2023). *Conducta del consumidor y piratería en la Industria Musical*. Facultad Economía Y Negocios Universidad de Chile. https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/108425/garcia_f.pdf?sequence=4
- Gordon, S. & Silverman, T. (2011) The future of the music business. *Trade book division editorial*. pp. 57. 978-1-4234-9969-
- Mikue, A. (2023, 14 septiembre). La industria musical perdió 543 millones en 2022 por la piratería digital, una práctica que descende cada año. *Newtral*. https://www.newtral.es/perdidas-pirateria/20230913/#google_vignette
- MUSO. (s. f.). *Piracy in the music industry*. <https://www.muso.com/piracy-in-the-music-industry>
- Parvez, T. (2021, 10 noviembre). *La evolución de la piratería musical: El impacto del 'stream-ripping' en la industria musical* - SonoSuite. SonoSuite. <https://sonosuite.com/es/blog/pirateria-musical-el-impacto-del-stream-ripping/>
- Passman, D. (2023) All you need to know about the music business. *Simon & Shuster*. pp. 205-206. 0-684-83600-9

Sedeño, A. M. (2005). La necesidad de protección de la música como patrimonio cultural y artístico Piratería y antipiratería. *Revista Latina de Comunicación Social*, 60, 221-227. <https://doi.org/10.4185/rics-200516>

Sonicaworks. (2024, 21 junio). *Evolución de la piratería musical: desde vinilos hasta el streaming y comparativa por países.* - Sonicaworks. Sonicaworks. <https://sonicaworks.com/evolucion-de-la-pirateria-musical-desde-vinilos-hasta-el-streaming-y-comparativa-por-paises/>

SonoSuite. (s. f.). *La evolución de la piratería musical: El impacto de los servicios de streaming en la industria musical.* <https://sonosuite.com/es/blog/evolucion-de-la-pirateria-musical-impacto-de-los-servicios-de-stream-ripping-en-la-industria-musical>

Subhash Ahlawat. (2023, 14 julio). Music Piracy: The Looming Peril for Music Industries in the Digital Age. *Subhash Ahlawat*. <https://subhashahlawat.com/blog/music-piracy>

Uribe, R., & Martínez, C. (2009). Factores que influncian la piratería de música digital desde Internet en Chile. *Estudios de Administración*, 16(1), 1–32. <https://research.ebsco.com/c/duvxdk/viewer/pdf/tidoswb17kz?auth-callid=1a50b652-435d-4b81-bf37-c7b41e5d83ec>

VERIMATRIX. (2024, 3 diciembre). *What is Stream Ripping?* | Verimatrix Glossary. Verimatrix. <https://www.verimatrix.com/es/antipirateria/glosario/stream-ripping>

Witt, S. (2016). Cómo dejamos de pagar por la música: El fin de una industria, el cambio de siglo y el paciente cero de la piratería. *Contra*. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=sAeMDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=pirateria+en+la+musica&ots=UzAaDcQc7Z&sig=Pkg8BgcaMoNU2164uTw36lTTyc#v=onepage&q=pirateria%20en%20la%20musica&f=false>

Anexos

Ficha 1.

Título	The future of the music business
Autor (es)	Steve Gordon & Tom Silverman
Concepto	Descripción general de la ley de música digital: transmisión web, descarga conectada, transmisión interactiva y descarga
Teoría y cita	According to Gordon and Silverman (2011) “downloading music is accomplished through services such as iTunes, where you can download and own a copy of a music recording permanently. With regard to masters, there is no compulsory license for downloads. You will need the permission of the owners of the copyrights in the sound recordings. The copyrights in

	recordings of unsigned artists are generally owned by the artists themselves. But the copyrights of artists signed to labels are usually controlled by the labels, and obtaining permission from them can be difficult and expensive.”
Bibliografía	Gordon, S. & Silverman, T. (2011) The future of the music business. <i>Trade book division editorial</i> . p. 57. 978-1-4234-9969-5
Notas	Esta información se podría usar para evitar la piratería y tener un conocimiento sobre la forma correcta para la descarga de la música sin meterse en problemas legales y siempre respetando al artista y a su monetización, especialmente para estar conscientes como poder hacer las cosas que queremos sin practicar la piratería.

Ficha 2.

Título	“All you need to know about the music business”
Autor (es)	Donald S. Passman
Concepto	Conocimiento básico acerca del copyright y sus usos
Teoría y cita	According to Passman (2023) copyright can be legally defined as a “limited duration monopoly”. Its purpose is to promote the progress of science and useful arts by giving creators exclusive rights to their works for a while. Just imagine, if you created something and everybody immediately had the right to use it without paying you, not very many people would go the trouble of creating anything. To be copyrightable, the work has to be original (not copied from something else) and of sufficient materiality to constitute a work. There’s no specific test to cover this; it’s decided on a case-by-case basis. For example, the five notes played by the spaceship in <i>Close Encounters of the Third Kind</i> are copyrightable because of their originality, even though they’re just five notes.
Bibliografía	Passman, D. (2023) All you need to know about the music business. <i>Simon & Shuester</i> . p.205-206. 0-684-83600-9
Notas	Esta información sería utilizada para poder definir con claridad el concepto de copyright y poder hacer la comparativa con el término piratería, ya que son conceptos totalmente opuestos. Esto permitiría al lector poder hacer conciencia acerca de las implicaciones que tiene el uso de la piratería, y cómo es que el copyright ayuda a proteger el trabajo de los artistas.

Ficha 3.

Título	"Work in the music industry"
Autor (es)	Anna Britten
Concepto	La venta de música o el comercio de la música
Teoría y cita	According to Britten (2009) music retail is the sale of recorded music to the general public. Once upon a sepia-tinted time all music retailers were independent, innocent and not especially commercially-minded music lovers with a steady business. Nowadays CDs and other music products are sold in more places than they ever have been. Retailers pay record companies/distributors a 'dealer price' for CDs. This can vary but is always somewhere between what a customer will pay for it, the retail price. Dealer prices are the subject of almost all communication between the dealer and retail prices in their all-important profit margin.
Bibliografía	Britten, A. (2009) Working in the music industry. <i>Howtobooks</i> . p.131-133. 978-1-84528-357-5
Notas	Esta información podría servir para ver cómo y conocer como es todo el proceso de la venta de la música (CDs, DVDs, t-shirts, music magazines y concert tickets). También nos podría servir para ver como la piratería musical se podría evitar desde esos.

Ficha 4.

Título	"Music money and success: the insiders guide to making money in the music business. seventh edition."
Autor (es)	Jeffrey Brabec & Todd Brabec
Concepto	Manejo del dinero en la industria de la música
Teoría y cita	According to Brabec (2011) "The right to distribute copies or phone records of the copyrighted work to the public by sale or other transfer of ownership, or by rental, lease, or lending. this right gives the copyright owner initial control over the first authorized record, copy or work." pag 100. "A major source of publisher revenue in the future will be the mechanical and performance payments for downloads of music, audio, streaming video with music, apps, ringtones, etc" pag. 58
Bibliografía	Babrec, T. & Babrec, J. (2011). Schirmer trade books p.58 & 100. 978-0-8256-7369
Notas	Esta información nos ayuda a comprender mejor la distribución de los trabajos con derechos de autor y como se tiene poder sobre ellos, como se desarrollan dentro de la industria o como generar dinero con ellos.

Ficha 5.

Título	"Como dejamos de pagar por la música (how music got free): el fin de una industria, el cambio de siglo y el paciente cero de la piratería."
Autor (es)	Stephen Witt
Concepto	Persona consumista de la piratería contando su perspectiva
Teoría y cita	El autor comienza redactando que él mismo fue parte de la generación que empezaba a consumir piratería. Va contando su experiencia en como esto fue cambiado transformándose. "Cuando en 1997 entré a la universidad, no había oído hablar de los MP3". "Fui de los primeros en sumarse a las descargas digitales". Después le interesó mucho el tema y su curiosidad le permitió seguir indagando, encontró una base de datos secreta en donde en donde se recopilaban aproximadamente treinta años de filtraciones como música, películas y software.
Bibliografía	Witt, S. (2016). <i>Cómo dejamos de pagar por la música: El fin de una industria, el cambio de siglo y el paciente cero de la piratería</i> . Contra. Cómo dejamos de pagar por la música: El fin de una industria, el cambio de ... - Stephen Witt - Google Libros
Notas	Esta información nos puede ayudar a comprender como las personas que consumen piratería piensan y se comportan. También de donde es que vienen estos archivos de datos pirateados y que archivos son los que son pirateados, sus fines, quienes los consumen, etc.

Ficha 6.

Título	"La evolución de la piratería musical: El impacto del "stream-ripping" en la industria musical"
Autor (es)	Thais Parvez
Concepto	Las leyes antipiratería buscan salvar el sector
Teoría y cita	De acuerdo con SonoSuite (2021), las plataformas de pago de música en streaming han conseguido mitigar el uso de servicios de "stream-ripping", pero las leyes para combatir la piratería musical que han ido apareciendo en los últimos años también han sido claves para prevenir ese tipo de prácticas fraudulentas. La piratería musical digital es un negocio ilegal muy lucrativo que causa grandes pérdidas a la industria musical cada año. Es aquí donde entran en juego las leyes estatales y federales –esto varía según el país- que buscan prevenir las infracciones de copyright y el uso adecuado de música con licencia. Esto incluye luchar contra servicios que suben o distribuyen copias no autorizadas de música con copyright o que permite a usuarios descargar ilegalmente

	contenido de plataformas de música en streaming que sí son legales.
Bibliografía	Parvez, T. (2021, 10 noviembre). <i>La evolución de la piratería musical: El impacto del 'stream-ripping' en la industria musical</i> - SonoSuite. SonoSuite. https://sonosuite.com/es/blog/pirateria-musical-el-impacto-del-stream-ripping/
Notas	Esta información nos puede ayudar para entender que a pesar de que la piratería ha aumentado en gran medida en los últimos años, aún existen leyes que buscan proteger y combatir todo tipo de distribución y reproducción de copias no autorizadas de música con copyright.

Ficha 7.

Título	“Conducta del consumidor y Piratería en la Industria Musical”
Autor (es)	García et al.
Concepto	La piratería en la Industria Discográfica
Teoría y cita	Según García (2023), hablar de la industria discográfica es hablar de la piratería. Se estima que, por cada disco legal, se produce uno pirata, esto afecta a todo el mercado, pero incide especialmente sobre los nuevos artistas, que requieren de alta inversión inicial para el lanzamiento y promoción de sus producciones, con resultados económicos inciertos. Cuando se utiliza el termino piratería nos referimos a la copia del soporte físico (en este caso CDs) violando deliberadamente los derechos de autor y de copyright. Es decir, se fabrican copias indiscriminadamente y se lucra bajo la venta de discos piratas al consumidor final.
Bibliografía	García. et al. (2023). <i>Conducta del consumidor y piratería en la Industria Musical</i> . Facultad Economía Y Negocios Universidad de Chile. https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/108425/garcia_f.pdf?sequence=4
Notas	Toda esta información nos puede ayudar a conocer un poco más a fondo como es la piratería dentro de la industria discográfica y la importancia de tener conocimiento sobre cuál es el efecto de la piratería en la dinámica de la industria discográfica, al igual que nos ayuda a conocer exactamente el proceso que se hace para llegar a piratear los discos.

Ficha 8 .

Título	“Evolución de la piratería musical: desde vinilos hasta el streaming y comparativas por países”
Autor (es)	Sonicaworks

Concepto	La piratería musical a través de los años
Teoría y cita	Según Sonicaworks (2024) la piratería musical ha evolucionado de la mano con la tecnología, adaptándose a cada nuevo formato y plataforma que ha surgido. Desde los vinilos y casetes hasta los CDs y archivos digitales, cada etapa ha presentado sus propios desafíos para la industria musical. Aunque los servicios de streaming han mitigado en parte el problema, la piratería sigue siendo una preocupación constante que requiere soluciones innovadoras y una cooperación global para garantizar que los artistas reciban una compensación justa por su trabajo. Las comparaciones entre diferentes países muestran que la combinación de medidas legales efectivas y acceso a alternativas legales puede reducir significativamente la piratería.
Bibliografía	Sonicaworks. (2024, 21 junio). <i>Evolución de la piratería musical: desde vinilos hasta el streaming y comparativa por países</i> . - Sonicaworks. Sonicaworks. https://sonicaworks.com/evolucion-de-la-pirateria-musical-desde-vinilos-hasta-el-streaming-y-comparativa-por-paises/
Notas	Esta información nos puede ayudar a sentar un precedente acerca de cómo la piratería ha evolucionado dentro de la industria musical, iniciando desde los años 60 y 70 con los vinilos y casetes, hasta nuestra actualidad con el surgimiento de los servicios de streaming y las nuevas tecnologías.

Ficha 9.

Título	“Piratería Musical como Producto de un Sistema Evolutivo”
Autor (es)	Barbosa et al.
Concepto	Impacto de la Piratería Musical
Teoría y cita	De acuerdo con Barbosa (2017) la música tiene un rol importante en la economía mundial, se estima que la industria musical contribuye anualmente en US\$160 billones al producto interno bruto del mundo. La IFPI estima que la piratería musical ha causado una reducción del 31% en las ventas de grabaciones musicales entre el 2004 y 2008 al 2015. De manera similar, la Asociación de la Industria Discográfica de Estados Unidos (RIAA) estima que la venta han bajado un 47% en el mercado americano en el mismo periodo. La piratería digital está en constante evolución y adopta diversas formas, tales como la distribución de música no autorizada.

Bibliografía	Barbosa et al. (2017). <i>Piratería musical como producto de un sistema evolutivo</i> . Universidad de los Andes Colombia. https://repositorio.uniandes.edu.co/entities/publication/894e39b3-cc68-4d80-b02b-c8e5a1b22df7
Notas	Esta información puede ser de mucha utilidad ya que nos menciona varia información que nos amplía el conocimiento acerca del impacto que tiene la piratería dentro la industria de la música. Esta información nos proporciona varias estadísticas de este mismo impacto tanto como de Europa y Estados Unidos.

Ficha 10.

Título	"La industria musical perdió 543 millones en 2022 por la piratería digital, una práctica que desciende cada año"
Autor (es)	Agripina Mikue
Concepto	El acceso a la piratería por los consumidores
Teoría y cita	Según Mikue (2023) más allá de las pérdidas económicas que supone la piratería, los consumidores apelan a distintos motivos, según el estudio. Un 62% de los consumidores consultados por el Observatorio confiesan que les resulta fácil acceder a la oferta ilegal. La música, los libros y los periódicos son los que más fácil acceso tendrían para los consumidores. Al igual que ocurría en el informe de 2021, más de un 50% de los internautas confiesan que sabe distinguir entre plataformas ilegales y legales, sobre todo entre el grupo más joven de 11 a 14 años, que argumenta "que no hace daño a nadie y que no hay consecuencias legales". Mientras que a diferencia los adultos de entre 35 y 44 a los justifican el acceso a la piratería por evitar pagar por algo que luego no les guste, poder acceder a contenidos que no pueden hacer de otra manera, y la urgencia de acceder a las novedades.
Bibliografía	Mikue, A. (2023, 14 septiembre). La industria musical perdió 543 millones en 2022 por la piratería digital, una práctica que desciende cada año. <i>Newtral</i> . https://www.newtral.es/perdidas-pirateria/20230913/#google_vignette
Notas	Esta información puede ser de gran utilidad ya que proporciona un amplio panorama de encuestas, por lo que podemos tener de primera mano respuestas de personas entrevistadas acerca de este tema de gran relevancia. Además, podemos utilizar la información proporcionada acerca de las pérdidas económicas que conlleva la piratería para así

	poder argumentar los efectos negativos que tiene el consumir piratería musical.
--	---

Ficha 11.

Título	"Factores que influncian la piratería de música digital desde internet en Chile."
Autor (es)	Uribe, R. & Martínez, C.
Concepto	Investigadores examinan los factores que llevan a los jóvenes a piratear música digital.
Teoría y cita	Este artículo habla sobre bajo qué factores los alumnos de universidad del país de Chile son tan propensos a piratear música, utilizando la teoría del comportamiento planeado como lo es la actitud, el control percibido de la conducta, moralidad, comportamiento pasado y la opinión de su entorno social; tomando en cuenta también la edad y sexo para ver qué factores influyen en la descarga ilegal de archivos musicales. "El rápido avance tecnológico e informático ha conllevado múltiples cambios en el almacenamiento e intercambio de información entre los usuarios de internet. En el caso específico de la música, el surgimiento de formatos de comprensión que combinan alta calidad de sonido con menor tamaño, como es el caso del MP3."
Bibliografía	Uribe, R., & Martínez, C. (2009). Factores que influncian la piratería de música digital desde Internet en Chile. <i>Estudios de Administración</i> , 16(1), 1–32. Factores que influncian la piratería de música digital desde Internet en Chile. - EBSCO
Notas	Esta información nos puede servir para analizar qué factores influyen en los jóvenes o como es que piensan al momento de que piratean música digital.

Ficha 12.

Título	"Piracy in the music industry"
Autor (es)	MUSO
Concepto	El impacto de la piratería digital en la industria musical
Teoría y cita	According to MUSO (n.d.) the impact of digital piracy on musicians and record labels is significant. Piracy not only causes financial losses, but it also harms the industry's creativity and innovation. The fear of piracy can discourage artists from investing their time and resources into creating new works, and record labels from investing in new talent. As a result, this can lead to a stagnation of the industry, limiting the diversity of ideas and voices. In addition to financial losses, piracy can also harm

	the reputation of musicians and record labels. Unauthorized distribution of music can lead to a loss of control over how their work is distributed and potentially limit their ability to market and sell their work. Piracy can also harm the value of an artist's brand and limit their opportunities for collaborations and partnerships. To address the issue of digital piracy, musicians and record labels can work with anti-piracy firms like MUSO.com to protect their intellectual property and music assets.
Bibliografía	MUSO. (s. f.). <i>Piracy in the music industry</i> . https://www.muso.com/piracy-in-the-music-industry
Notas	Esta información nos puede ayudar en gran medida para explicar el impacto significativo que tiene la piratería dentro de la industria musical, y cómo es que afecta personalmente tanto a los músicos como a las disqueras, limitándolos a explotar su creatividad y afectando sus ingresos económicos.

Ficha 13.

Título	"Impacto de la copia ilegal de discos en la industria discográfica y sus posibles soluciones"
Autor (es)	Arévalo et al.
Concepto	El comercio informal derivado de la piratería.
Teoría y cita	De acuerdo con Arévalo (2014) La reproducción ilegal de discos ha venido desarrollándose con mucha más fuerza en los últimos 4 años, y junto a ella ha venido creciendo un amplio comercio informal dentro de esta industria. Debido a la facilidad con que se puede reproducir estas copias, el alto empleo, la demanda de CDs musicales insatisfecha existentes en el país y combinado con la falta de acciones legales por las autoridades competentes, comerciantes informales han reconocido la venta de discos piratas como un negocio rentable del cual se puede vivir.
Bibliografía	Arévalo. et. al. (2014). Impacto de la copia ilegal de discos en la industria discográfica y sus posibles soluciones. Escuela Superior Politécnica del Litoral. https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/3531/1/T-33086.pdf
Notas	Esta información nos proporciona bastante información sobre nuestro tema principal por lo que puede ser de mucha ayuda, nos menciona el impacto que tiene toda la piratería dentro de la industria discográfica e incluso nos mencionan algunas posibles soluciones para este problema.

Ficha 14.

Título	La necesidad de protección de la música como patrimonio cultural y artístico: Piratería y antipiratería
Autor (es)	Sedeño, A.
Concepto	Como ha influido la piratería en la industria musical y sus posibles consecuencias
Teoría y cita	En este trabajo se cuestiona las causas actuales de la industria musical y cuáles son sus consecuencias como lo pueden ser las transformaciones de contextos de recepción musical y la concepción de la industria musical, así como también la aparición de la piratería en estos medios.
Bibliografía	Valdellós, A. M. S. (2005). La necesidad de protección de la música como patrimonio cultural y artístico Piratería y antipiratería. <i>Revista Latina de Comunicación Social</i> , 60, 221-227. https://doi.org/10.4185/rlds-200516
Notas	Nos puede ayudar a analizar la necesidad de la protección de los archivos en la industria musical

Ficha 15.

Título	"Music Piracy: The Looming Peril for Music Industries in the Digital Age"
Autor (es)	Subhash Ahlawat
Concepto	El impacto de la piratería musical
Teoría y cita	According to Ahlawat (2023) the impact of music piracy is multifaceted and deeply ingrained in the music industry. At the forefront is the economic impact, with billions of dollars in potential revenue lost globally each year due to illegal downloads and streams. This loss in revenue affects not just the high-profile artists but also the smaller players in the industry – independent musicians, background performers, songwriters, and producers. The secondary impact is cultural. When artists are not fairly compensated for their work, it devalues music as an art form. This could potentially dissuade budding artists from pursuing music, thereby stifling creativity and innovation in the long run.
Bibliografía	Subhash Ahlawat. (2023, 14 julio). Music Piracy: The Looming Peril for Music Industries in the Digital Age. <i>Subhash Ahlawat</i> . https://subhashahlawat.com/blog/music-piracy
Notas	Podemos hacer uso de esta información para explicar cómo no solo existe un impacto económico dentro de la industria musical gracias a la piratería, sino también cultural y emocional. Esto nos permite argumentar de manera más completa las implicaciones que esto tiene dentro del medio.

Ficha 16.

Título	"La piratería: un importante freno a la creatividad"
Autor (es)	Andrea Fabra Fernández
Concepto	La piratería en una sociedad tecnológica y digitalizada
Teoría y cita	Según Fabra (2023) esta práctica ilegal siempre se ha revelado como un reto polifacético muy complejo de resolver. Requiere de esfuerzos combinados de las distintos agentes: autoridades, plataformas, usuarios y las entidades que gestionan los derechos de propiedad intelectual. Hoy la piratería se ha sofisticado mucho. Principalmente, gracias a la tecnología de que disponen los piratas que se traduce, entre otras cosas, en una mayor calidad de los contenidos ilegales que se emiten o se reproducen y que hace que muchos consumidores sigan apostando por estas opciones. En algunos casos, incluso sin ser consciente de que no están consumiendo contenido legal. Pero estos avances tecnológicos también están facilitando, a quienes tienen la obligación de combatir esta práctica ilegal, la implementación de mecanismos que permiten detectar y retirar contenidos no autorizados de sus plataformas. Eso sí, con el elevado coste que conlleva su adquisición.
Bibliografía	Fabra, A. (2023, 9 mayo). <i>La piratería: un importante freno a la actividad</i> . Telefónica. https://www.telefonica.com/es/sala-comunicacion/blog/la-pirateria-un-importante-freno-a-la-creatividad/
Notas	Esta información nos puede ayudar a entender cómo es que los avances tecnológicos han tanto ayudado como afectado a la industria musical. Esto nos permite hacer una comparativa de cómo los perpetuadores de esta actividad ilegal hacen uso de la tecnología para distribuir la piratería, y cómo aquellos organismos encargados de combatirla también la aplican para retirar contenidos no autorizados.

Lucha Libre

Olvera Barreto Regina Daniela

regina.barreto06@anahuac.mx

Castillo Ronces Ingrid

ingrid.castillo15@anahuac.mx

Melchor Villagómez Meredith

meredith.melchor@anahuac.mx

Resumen

La lucha libre mexicana es un fenómeno cultural representativo del país. Surgió en los años treinta con figuras como Enrique Ugartechea y Salvador Lutteroth, quienes impulsaron su profesionalización y la convirtieron en un espectáculo que mezcla deporte, teatralidad y un fuerte arraigo popular. Con el tiempo, íconos como El Santo y Blue Demon trascendieron el ring y se volvieron parte del imaginario colectivo, mientras la máscara se consolidó como símbolo de identidad, linaje y mito.

Sin embargo, en la actualidad este deporte-espectáculo se enfrenta a un proceso de marginación social y cultural derivado de prejuicios clasistas que lo califican como algo “vulgar” o “falso”, lo que revela una jerarquización entre lo culto y lo popular además de su creciente gentrificación y comercialización. Factores como el aumento de precios, la transformación de los públicos tradicionales y la internacionalización del espectáculo particularmente a través de alianzas con empresas extranjeras como la WWE amenazan su autenticidad, esencia y accesibilidad.

Este estudio busca analizar cómo estos procesos han modificado la percepción, el valor simbólico y la función social de la lucha libre mexicana, explorando si sigue siendo una manifestación cultural del pueblo o si ha sido transformada en un producto global desconectado de sus raíces.

Palabras Clave: Lucha libre mexicana, Cultura popular, Marginación social, Gentrificación cultural, Identidad nacional.

Abstract

Mexican wrestling is a cultural phenomenon representative of the country. It emerged in the 1930s with figures like Enrique Ugartechea and Salvador Lutteroth, who promoted its professionalization and transformed it into a spectacle that blends sport, theatricality, and a strong popular following. Over time, icons like El Santo and Blue Demon transcended the ring and became part of the collective imagination, while the mask solidified as a symbol of identity, lineage, and myth. However, this sport-spectacle currently faces a process of social and cultural marginalization stemming from classist prejudices that label it as "vulgar" or "fake," revealing a hierarchy between high and low culture, as well as its increasing gentrification and commercialization. Factors such as rising prices, the transformation of traditional audiences, and the internationalization of the spectacle, particularly through alliances with foreign companies like WWE, threaten its authenticity, essence, and accessibility. This study seeks to analyze how these processes have modified the perception, symbolic value, and social function of Mexican wrestling, exploring whether it remains a cultural manifestation of the people or whether it has been transformed into a global product disconnected from its roots.

Keywords: Mexican wrestling, cultural identity, gentrification, commercialization, symbolic value.

Introducción

A lo largo de la historia de México, la lucha libre ha logrado consolidarse como un fenómeno cultural único, que va más allá de ser simplemente un deporte o espectáculo. Esta disciplina fue tomando forma gracias a pioneros como Enrique Ugartechea, reconocido como el primer luchador mexicano que sentó las bases de lo que hoy conocemos.

Para la década de 1930, la lucha libre empezó a institucionalizarse con la creación de la Empresa Mexicana de Lucha Libre, hoy Consejo Mundial de Lucha Libre (CMLL), bajo la dirección de Salvador Lutteroth, considerado el padre de la lucha libre mexicana. Desde entonces, la lucha libre se fue desarrollando en popularidad, mezclando técnica deportiva, acrobacias espectaculares y una teatralidad singular.

Sus íconos más destacados, como El Santo, Blue Demon y Rayo de Jalisco, trascendieron las fronteras del ring para convertirse en leyendas dentro de la cultura popular mexicana. La máscara, uno de los símbolos más emblemáticos de la lucha libre, no solo cumple una función estética, sino que también representa un vínculo profundo con la identidad y la tradición de los luchadores y sus seguidores.

Sin embargo, la lucha libre no ha estado exenta de tensiones sociales, culturales y económicas. En la actualidad, enfrenta desafíos derivados de procesos como la gentrificación, que ha transformado su espacio físico, elevado los precios de acceso y modificado su audiencia tradicional.

Al mismo tiempo, la internacionalización del espectáculo, como la reciente adquisición de la organización AAA por parte de empresas estadounidenses, abre interrogantes sobre la preservación de su autenticidad y raíces culturales frente a la globalización y las lógicas comerciales.

Este fenómeno cultural, que combina deporte, arte y espectáculo, representa una ventana para entender cómo las tradiciones populares mexicanas se adaptan y resisten frente a la mercantilización y las dinámicas sociales contemporáneas. Desde sus orígenes modestos hasta su consolidación como patrimonio cultural y atractivo turístico global, la lucha libre mexicana sigue siendo un espacio de identidad, creatividad y conflicto, cuya historia y evolución merecen un análisis detallado para comprender su verdadero significado hoy en día.

Justificación

La lucha libre mexicana ostenta un lugar de profunda relevancia cultural, combinando deporte, teatro y narrativas populares, que ha permitido su permanencia a lo largo de generaciones (Ávila, 2016). Sin embargo, esa relevancia convive con percepciones negativas desde ciertos segmentos sociales que la desestiman como espectáculo de “baja calidad” o lo “actuado”, minimizando su dimensión técnica, física, creativa y de riesgo (Aguillón Rodríguez, 2018).

Este prejuicio conlleva también un choque de clases sociales, donde lo popular es menospreciado frente a lo que se entiende como lo serio, lo culto (Salvatierra, 2024). El fenómeno de la comercialización a través de televisión, cine o plataformas digitales ya había sido señalado como una fuente de tensión entre valor cultural orgánico versus productos moldeados por la lógica del mercado (Redacción Eje Central, 2025).

El artículo de El País aporta una dimensión más concreta a estas tensiones: la gentrificación cultural de la lucha libre. En la Ciudad de México, donde surgió originalmente en barrios populares, la lucha libre ahora se ha convertido en un atractivo turístico global. Además, suben los precios de las entradas hasta un 50 % en algunos casos, hay más servicios

premium, y se pierde parte de la interacción histórica entre público y luchadores, algo fundamental para el ambiente original del espectáculo (El País, 2025).

Esto desplaza económicamente a los públicos tradicionales, quienes ahora tienen menos acceso tanto por costos como por cambios en la forma de producción de las funciones (más formales, más integradas al turismo, menos “de barrio”). La dimensión económica de este proceso es evidente: los precios se han disparado.

Según De Dinero, los boletos regulares oscilan entre \$90 y \$732 pesos, pero en eventos especiales, como el 92 aniversario del CMLL, un acceso llegó a costar \$3,660 pesos, mientras que un paquete con experiencia exclusiva alcanzó los \$10,500 pesos. Los aficionados recuerdan que hace unos años las gradas costaban entre \$100 y \$150 pesos, mientras que ahora rondan los \$400.

Lo mismo ocurre con las máscaras, que solían venderse en \$200 a \$400 pesos y hoy pueden ir de \$1,500 hasta \$10,000 o más, sobre todo en ventas dirigidas a turistas (De Dinero, 2025). Este encarecimiento ha generado la percepción de que un espectáculo que era popular y accesible se ha convertido en un lujo reservado para quienes pueden pagarlo, desplazando a las audiencias tradicionales.

Por otra parte, el artículo “La lucha libre mexicana salta al entretenimiento estadounidense” aporta una dimensión estratégica sobre el rumbo comercial y simbólico de la lucha libre. Ese texto explica que el 19 de abril de 2025 se anunció la adquisición de la organización mexicana AAA por parte de la estadounidense WWE, en alianza con la empresa mexicana Fillip, con el objetivo de internacionalizar este espectáculo tradicional (El País, 2025).

Esta operación ha sido vista por unos como una oportunidad de crecimiento, mejores salarios, mayor visibilidad global para los luchadores mexicanos y por otros como una

forma de apropiación cultural o absorción que podría diluir la identidad propia de la lucha libre mexicana (El País, 2025). Este tipo de fusiones plantea interrogantes críticos: ¿hasta qué punto se adapta la lucha libre mexicana a estándares extranjeros? ¿Se respetará la tradición, la estética y la narrativa del espectáculo? ¿O se privilegia un modelo comercial que impone formas ajenas a su origen? Dichos cuestionamientos no solo afectan la interpretación cultural del fenómeno, también su estructura de poder, su modelo de negocio y la posición de los luchadores en el ecosistema global del entretenimiento.

La importancia de este proyecto radica en que permite analizar cómo estos cambios afectan no solo al espectáculo en sí, sino también a su valor simbólico, su función social y su rol como espacio de representación del pueblo mexicano. Entender estos procesos es fundamental para identificar si la lucha libre sigue funcionando como un territorio de identidad colectiva o si se ha transformado en un entretenimiento globalizado que ya no refleja a los sectores populares que le dieron origen.

A partir de ello, se desarrollan los siguientes objetivos específicos:

1. Analizar los cambios en el público asistente y las dinámicas económicas que han desplazado a los sectores tradicionales.
2. Identificar cómo las alianzas con compañías internacionales han influido en la estética, narrativas y estructura del espectáculo.
3. Explorar la percepción actual de la lucha libre entre diferentes grupos sociales para determinar si aún se considera una manifestación cultural del pueblo.
4. Evaluar el impacto de la comercialización en la autenticidad y accesibilidad del espectáculo.

Marco Teórico

1. Introducción al fenómeno de la lucha libre

La lucha libre es uno de los espectáculos deportivos y culturales más importantes de México. Ha logrado consolidarse no solo como entretenimiento masivo, sino como un símbolo identitario que mezcla deporte, teatralidad, mitología popular y crítica social. De acuerdo con Levi (2008), la lucha libre es “un ritual moderno en el que se presentan conflictos universales mediante personajes exagerados”, lo que permite que el público se identifique emocionalmente con héroes, villanos y narrativas que reflejan problemáticas sociales.

Desde mediados del siglo XX, este espectáculo ha evolucionado hasta convertirse en un fenómeno transmedia presente en la televisión, el cine, los cómics, los videojuegos y las redes sociales. Campos (2020) afirma que la lucha libre mexicana funciona como una forma de comunicación colectiva donde se escenifican valores como el honor, la justicia, la valentía y la lucha contra el abuso de poder.

Esta combinación entre deporte y teatralidad la convierte en un objeto de estudio complejo en áreas como la sociología, la comunicación, la antropología y la cultura popular. En la misma línea, Diego Alberto Cambroni Velázquez (2023, p. 604) sostiene que “la lucha libre es más que un deporte-espectáculo; es un fenómeno cultural que forma parte de la identidad del pueblo mexicano.

Su historia, personajes y símbolos permiten entender cómo el deporte se transforma en una expresión de cultura popular y en un reflejo de la sociedad.

2. La lucha libre como un espectáculo híbrido: deporte y teatralidad

La lucha libre no es únicamente una competencia física: también es una representación dramatizada con elementos narrativos que la distinguen de otros deportes. Barthes (1957), en

su ensayo clásico sobre la lucha libre, explica que este espectáculo no busca sorprender al espectador con resultados imprevisibles, sino ofrecer una “claridad moral” donde cada gesto comunica una emoción o una intención narrativa.

La teatralidad en la lucha libre se manifiesta mediante:

- Personajes (técnicos, rudos, exóticos, minis, luchadoras, leyendas).
- Máscaras que funcionan como símbolos culturales y herramientas de identidad.
- Movimientos corporales que expresan emociones, fuerza o debilidad.
- Guiones implícitos donde el bien y el mal se enfrentan constantemente.

Como señala García Riera (2015), la lucha libre se basa en “la exageración estética del conflicto”, lo que permite al público entender inmediatamente los roles y comportamientos en el ring. Esta teatralidad no elimina el riesgo físico: los luchadores combinan habilidades atléticas reales con narrativas dramatizadas que generan un espectáculo único.

Por ello, la lucha libre mexicana se considera un espectáculo híbrido, donde la competencia deportiva convive con elementos escénicos, simbólicos y culturales que le dan profundidad y sentido.

3. La máscara y la construcción de identidad en la lucha libre

Uno de los elementos centrales de la lucha libre mexicana es la máscara, símbolo ancestral vinculado a la identidad y a la mitología prehispánica. La máscara funciona como una doble identidad: oculta el yo privado del luchador y, al mismo tiempo, le otorga una personalidad mítica en el ring. Según Douglass (2014), la máscara es “un dispositivo ritual que permite transformar a una persona común en un héroe, un villano o una figura sobrenatural”.

3.1 Función simbólica de la máscara

La máscara representa valores, historias y atributos específicos. Por ejemplo:

- El Santo se asociaba con la justicia.
- Blue Demon representaba fuerza y resistencia.
- Los rudos suelen usar colores oscuros o elementos agresivos.
- Los exóticos desafían las normas de género.

Esta carga simbólica convierte a la máscara en un signo identitario poderoso. Eco (1986) explica que los símbolos visuales poseen una capacidad comunicativa inmediata, y la lucha libre utiliza esta cualidad para transmitir significados sin necesidad de palabras.

3.2 La identidad protegida y el mito personal

Perder la máscara equivale a perder una parte importante de la identidad narrativa del luchador. Cuando ocurre una “lucha de apuestas”, el público experimenta un nivel emocional más profundo, pues se expone la vulnerabilidad del luchador. Franco (2019) afirma que la derrota en una lucha de máscara se vive como “la caída de un mito”, lo que genera un momento ritual de transición y renacimiento para el atleta.

3.3 La máscara como medio de comunicación

La máscara comunica valores, intenciones y personalidad. Funciona como:

- Medio visual de narrativa
- Herramienta para construir personajes
- Símbolo cultural reconocible
- Dispositivo emocional para conectar con el público

Por ello, la máscara es uno de los elementos más estudiados en investigaciones sobre la lucha libre, pues resalta la relación entre identidad, cultura, comunicación y simbolismo.

4. La arena como espacio ritual y catártico

La arena donde se presenta la lucha libre no es únicamente un espacio deportivo; es un escenario ritual cargado de significados. Turner (1969) explica que los rituales generan comunidades temporales donde el público

comparte emociones intensas y colectivas. La lucha libre cumple esta función al reunir a personas diversas que participan activamente en la representación del combate.

A diferencia de otros deportes, en la lucha libre el público interviene emocional y verbalmente: grita, apoya, insulta, celebra o condena las acciones de los luchadores. Según Acuña (2017), la arena funciona como una “válvula catártica” donde la gente libera tensiones emocionales acumuladas en su vida cotidiana. Esta participación crea una atmósfera donde el público se convierte en parte del espectáculo.

Complementariamente, Víctor Manuel López G. (2008, trad. 2019, p. 2) interpreta la lucha libre desde la psicología analítica junguiana, considerándola una “función compensatoria frente al trauma cultural colectivo”. En este sentido, el espectáculo actúa como mito moderno donde los mexicanos proyectan sus tensiones sociales y encuentran una catarsis simbólica a través del enfrentamiento entre rudos y técnicos.

4.1 El ring como microcosmos social

El ring es un espacio simbólico que representa conflictos que existen en la vida real:

- Justicia contra corrupción
- Fuerza contra astucia
- Tradición contra modernidad
- Pueblo contra élite
- Orden contra caos

García (2018) afirma que la arena es una representación dramatizada de la sociedad mexicana, donde se producen tensiones sociales, económicas y políticas. Por ello, el público reconoce en los luchadores figuras que encarnan sus propias luchas cotidianas. Asimismo, Héctor Villarreal (2018) plantea que la lucha libre funciona como “un espacio simbólico de comunicación social, donde se representan, reproducen y cuestionan los valores culturales e identitarios del pueblo mexicano”.

El ring se convierte en un escenario donde se dramatizan la moralidad, la corrupción, la unidad familiar y la religiosidad, permitiendo que los espectadores se reconozcan en sus propias contradicciones

4.2 El público como co-creador del espectáculo

El combate no está completo sin el público. Los espectadores completan la narrativa mediante sus reacciones. Barthes (1957) señala que en la lucha libre el público asiste para ver “el exceso y la claridad moral”, no solo movimientos físicos. Esto convierte al espectador en un intérprete activo del espectáculo.

Cuando el público grita “¡rudo!” o “¡técnico!”, legítima o corrige la actitud de los luchadores. Esta interacción simbólica crea un lazo colectivo que fortalece el sentido de identidad mexicana.

5. Rudos y técnicos: una representación moral del conflicto

La lucha entre rudos y técnicos es uno de los elementos más reconocibles de la lucha libre mexicana. No es solo una pelea deportiva, sino una representación moral donde se escenifica el conflicto entre el bien y el mal. Campos (2020) describe esta dicotomía como “una narrativa clara que permite a los espectadores identificar valores positivos o negativos”.

5.1 Los técnicos como héroes populares

Los técnicos suelen representar:

- Justicia
- Honor
- Nobleza
- Esfuerzo
- Valentía

Siguen las reglas, buscan pelear limpiamente y encarnan el modelo del héroe popular mexicano.

5.2 Los rudos como figuras de transgresión

Los rudos representan:

- Transgresión
- Rebeldía
- Fuerza agresiva
- Anti-autoridad

Rompen las reglas, insultan al público y utilizan técnicas sucias. Aun así, muchos espectadores los admiran por su astucia y valentía. Según López G. (2008), el rudo funciona como “una sombra arquetípica” que permite al público proyectar deseos reprimidos.

5.3 La dinámica moral en el espectáculo

El conflicto entre rudos y técnicos no existe para mostrar superioridad física, sino para dramatizar valores culturales. En ocasiones, un rudo se convierte en técnico, o un técnico traiciona a su equipo. Estas transformaciones generan tensión narrativa y reflejan la ambigüedad moral de la vida real.

6. La lucha libre como narrativa cultural

Más allá de lo deportivo, la lucha libre funciona como un sistema narrativo. Cada combate es una historia con inicio, desarrollo y desenlace. Campbell (1949) menciona que los mitos universales siguen patrones narrativos similares, y la lucha libre retoma varios de estos elementos:

- El héroe que sufre
- El villano que domina
- El público como testigo del conflicto
- Un triunfo final o un sacrificio simbólico

6.1 La lucha libre como mito moderno

López G. (2019) considera que la lucha libre mexicana actúa como un mito contemporáneo, donde se expresan emociones colectivas como el miedo, la frustración, el coraje y la esperanza. Este mito permite que la población encuentre una forma simbólica de enfrentarse a problemas sociales como:

- Corrupción
- Desigualdad
- Violencia
- Abuso de poder

6.2 El luchador como héroe cultural

El luchador no solo es un atleta: es un símbolo de resistencia. Representa al mexicano que lucha todos los días contra las dificultades. Levi (2008) destaca que estos personajes

encarnan valores del heroísmo clásico, adaptados a la modernidad.

7. La máscara: identidad, mito y mercado

La máscara es uno de los símbolos más poderosos dentro de la lucha libre mexicana. No solo es un accesorio estético, sino un elemento identitario, ritual y cultural que ha trascendido generaciones. Crespo (2021) señala que la máscara dota al luchador de una “identidad intencional y un aura de misterio”, convirtiéndose en un ser simbólico distinto a la persona real.

Esmeralda Espinosa López (2025, p. 59) profundiza en esta evolución cultural, señalando que la máscara “pasa de ser un objeto exclusivo de los rituales y tradiciones a su venta como simple objeto de decoración y consumo; siendo un objeto que representa el punto medio dentro de estos dos polos.” En esta transición, la máscara se configura como un producto cultural híbrido, entre la tradición y la industria

7.1 La máscara como ritual identitario

Desde la antropología, la máscara es un objeto ritual que transforma a quien la porta. En la lucha libre mexicana, esta transformación implica adoptar un personaje con valores, comportamientos y una historia específica. Trapanese (2017) interpreta este uso como una “práctica barroca de resistencia”, donde la exageración visual y gestual permite a la comunidad expresar tensiones sociales. Es decir, la máscara no oculta al luchador: lo transforma.

7.2 Significados sociales de la máscara

La máscara puede representar:

- Un animal (Tigre, Dragón Rojo)
- Un mito (Místico, Atlantis)
- Valores (Justiciero, Hijo del Santo)
- Una nación o cultura
- Un linaje familiar

Al portar la máscara, el luchador entra en un linaje simbólico. El Santo, por ejemplo, trascendió el ring para convertirse en un ícono nacional, un héroe del cine y un símbolo de justicia popular.

7.3 De objeto ritual a producto comercial

Espinosa López (2025) explica que la máscara “pasa de ritual a mercancía”, al venderse como souvenir en mercados, arenas y plataformas digitales. Este proceso muestra cómo la lucha libre se ha convertido en una industria cultural donde la tradición convive con el consumo masivo.

El mercado ha permitido su difusión internacional, pero también ha generado tensiones respecto a su autenticidad.

8. Cuerpo, performatividad y género en la lucha libre

El cuerpo del luchador es un espacio simbólico donde se articulan discursos culturales sobre fuerza, masculinidad, identidad y resistencia. La lucha libre permite analizar cómo se construyen corporalidades socialmente reconocibles.

8.1 El cuerpo como vehículo de identidad

Santamaría Llerandi (2015) afirma que la masculinidad se expresa corporalmente y se construye a través de prácticas sociales, como el entrenamiento físico, la técnica y la teatralidad. En la lucha libre, el cuerpo del luchador se convierte en una “representación social”, ya que simboliza valores como valentía, honor y resistencia.

La musculatura, la postura, la voz y la forma de moverse son elementos performativos que envían mensajes al público.

8.2 El performance luchístico

La lucha libre comparte elementos con el teatro y la danza:

- Coreografías
- Movimientos exagerados
- Gestualidad expresiva
- Narrativa física
- Silencios y pausas dramáticas

Romo Guevara (2025) sostiene que la lucha libre funciona como un “ritual de destreza y

simbolismo social”, donde la máscara es una extensión del cuerpo.

8.3 Identidades disidentes en la lucha libre

En años recientes, luchadores exóticos, drag y queer han ganado reconocimiento dentro del circuito independiente y tradicional. Más allá del espectáculo, estos luchadores representan formas de resistencia a los roles tradicionales de género. Su presencia desafía los estereotipos sobre masculinidad en el deporte y abre espacios para nuevas expresiones de identidad.

9. La lucha libre como resistencia cultural

La lucha libre ha sido históricamente una expresión del pueblo frente a estructuras de poder y procesos de homogeneización cultural. Su carácter popular la convierte en un espacio donde se negocia la identidad mexicana ante las fuerzas globalizadoras y comerciales.

9.1 Tradición frente a hegemonía cultural

Noé Saldaña Rosas (2009) señala que la lucha libre forma parte del folklore nacional, lo que la posiciona como una expresión de identidad colectiva. Sin embargo, la hegemonía cultural influye en la manera en que se consume y se representa la lucha libre.

9.2 Lucha libre independiente como resistencia

González Ponce de León y Santiago Hernández (2023) explican que la lucha libre independiente funciona como un espacio contrahegemónico. A diferencia del CMLL o AAA, las empresas independientes:

- Operan desde espacios alternativos
- Defienden la autogestión
- Promueven luchadores locales
- Preservan tradiciones
- Resisten la comercialización masiva

Su análisis, basado en la teoría del “imperialismo popular” de Stuart Hall (1984), señala que estas arenas independientes funcionan como movimientos culturales que se oponen a la mercantilización total del espectáculo.

9.3 Globalización y tensiones culturales

La internacionalización de la lucha libre mexicana incluyendo alianzas con WWE o adquisiciones empresariales genera tensiones entre tradición y mercado. Estas tensiones despiertan una pregunta clave:

- ¿Sigue siendo un espectáculo del pueblo o se está convirtiendo en un producto global desarraigado?

Estas transformaciones afectan la percepción social y el valor simbólico del espectáculo.

10. La arena como espacio social, ritual y político

La arena de lucha libre es más que un lugar físico: es un espacio simbólico donde se construyen significados, identidades y relaciones sociales. Acuña Delgado (2017) describe la arena como una “válvula catártica” donde se liberan tensiones colectivas. En este sentido, la lucha libre opera como un ritual público que permite a los asistentes expresar emociones reprimidas y participar en un proceso de justicia simbólica.

10.1 La arena como microcosmos social

En una función, convergen distintos grupos sociales: familias, jóvenes, adultos mayores, vendedores, luchadores, réferis y promotores. La mezcla de clases y estilos de vida refleja la diversidad del tejido social mexicano. La arena se convierte en un espacio de convivencia donde se neutralizan, por momentos, las diferencias socioeconómicas.

Este entorno permite observar valores comunitarios como el apoyo, la pertenencia y el arraigo cultural. El público forma parte activa del espectáculo: grita, aplaude, insulta, exige y legitima la actuación de los luchadores.

10.2 La política simbólica del espectáculo

Aunque no se presenta como actividad política, la lucha libre encierra formas de representación del poder. Las narrativas de rudos contra técnicos están cargadas de códigos morales, estructuras jerárquicas y discursos sobre justicia. Los rudos simbolizan la transgresión, la

corrupción o la fuerza sin control, mientras que los técnicos representan la rectitud y la honestidad.

El público decide, mediante su reacción, qué tipo de justicia prevalece. Esta interacción convierte el espectáculo en un ritual donde se cuestionan las dinámicas de autoridad y se proyectan conflictos sociales.

10.3 La lucha libre como rito comunitario

Muchos aficionados asisten semanalmente a las mismas arenas durante años. Esta práctica repetitiva genera comunidad:

- Se reconocen entre ellos
- Comparten historias
- Transmiten tradiciones familiares
- Construyen identidad colectiva

La lucha libre funciona como un rito con continuidad histórica, en el que los sujetos encuentran un sentido de pertenencia.

11. Formación luchística y transmisión de saberes

El proceso de convertirse en luchador es largo, riguroso y profundamente cultural. Juárez Gutiérrez (2023) señala que el maestro luchístico es “guardián del oficio”, responsable de transmitir técnicas, valores y ética profesional.

11.1 El rol del maestro

A diferencia de otros deportes que se enseñan académicamente, la lucha libre mantiene una estructura de aprendizaje artesanal. El maestro no solo enseña llaves y acrobacias, sino que comparte una filosofía de vida basada en:

- Disciplina
- Respeto
- Resistencia
- Humildad
- Honor luchístico

La formación incluye acondicionamiento físico, técnica, actuación, improvisación, construcción de personaje y cuidado corporal.

11.2 La escuela como espacio comunitario

Las escuelas de lucha funcionan como espacios de socialización donde se crean lazos entre alumnos y profesores. No solo se enseña un deporte; se transmite una tradición cultural. Los jóvenes aprenden historia, valores, lenguaje corporal y los códigos que definen el universo luchístico.

Este proceso refuerza que la lucha libre no se limita al espectáculo: es una práctica comunitaria con dimensiones éticas y pedagógicas.

11.3 Linaje y herencia luchística

Muchos luchadores pertenecen a familias donde el oficio se hereda:

- El Santo = El Hijo del Santo = El Nieto del Santo
- Blue Demon = Blue Demon Jr.
- Rayo de Jalisco = Rayo de Jalisco Jr.

Esto evidencia la profunda conexión entre identidad personal e identidad familiar. La máscara y el nombre luchístico son símbolos de continuidad que se transmiten de generación en generación.

12. Industria cultural, medios y mercantilización

La lucha libre no solo existe en el ring; se ha convertido en una industria cultural articulada por medios de comunicación, marcas, mercancías y audiencias globales. Su impacto mediático ha sido fundamental para su expansión y transformación.

12.1 Medios de comunicación y construcción del mito

Desde mediados del siglo XX, revistas, radio, televisión y cine han difundido a los luchadores como figuras heroicas. Las películas protagonizadas por El Santo y Blue Demon consolidaron la imagen del luchador como un superhéroe nacional.

En la actualidad, las redes sociales y plataformas digitales continúan esta tradición, pero desde nuevas formas de consumo:

- Clips virales
- Transmisiones en vivo
- Canales de YouTube
- TikToks de personajes
- Documentales

Los luchadores ahora crean contenido propio, fortaleciendo su marca personal.

12.2 La lucha libre como industria cultural

La mercantilización abarca múltiples productos:

- Máscaras
- Figuras de colección
- Ropa
- Videojuegos
- Posters
- Souvenirs

La máscara, nuevamente, se convierte en el símbolo que articula tradición y consumo. Espinosa López (2025) subraya que este objeto se transforma en un artículo decorativo, descontextualizado de su función ritual.

12.3 Tensiones entre autenticidad y mercado

La expansión comercial crea un dilema:

- ¿Se mantiene la esencia del espectáculo o está siendo absorbido por la lógica del mercado?

Las empresas buscan audiencias globales, lo cual modifica la narrativa, la estética y la identidad original de la lucha libre. Estas tensiones forman parte central del análisis cultural contemporáneo.

13. La lucha libre y su presencia en la cultura popular contemporánea

La lucha libre ha trascendido el ring y se ha convertido en un elemento fundamental de la cultura popular mexicana. Su estética, personajes y mitología se han integrado a expresiones culturales como el cine, la música, el arte urbano, la literatura y la moda. Según García Canclini (2010), la cultura popular se caracteriza por integrar elementos tradicionales dentro de dinámicas modernas de consumo y circulación simbólica. La lucha libre cumple esta función al mantenerse vigente tanto en contextos tradicionales (arenas, barrios, ferias) como en

espacios globalizados (plataformas digitales, diseño gráfico, cultura pop internacional).

Uno de los ejemplos más visibles es la incorporación de la iconografía luchística en el arte urbano. Murales, ilustraciones y diseños gráficos utilizan máscaras, movimientos característicos y referencias a luchadores legendarios como El Santo, La Parka o Blue Demon. Estos elementos se han convertido en símbolos visuales reconocibles que representan mexicanidad, resistencia y humor popular. Asimismo, festivales como *Lucha por la Vida* o *Expo Lucha* han impulsado la promoción cultural del espectáculo mediante exposiciones, talleres y presentaciones que acercan a nuevas generaciones a este universo simbólico.

La influencia de la lucha libre también se extiende al cine y la televisión contemporánea. Series, documentales y películas reinterpretan su mitología con una mirada más crítica y estética. Como señala Flores (2022), la lucha libre “funciona como archivo cultural donde se guardan memorias, afectos e identidades colectivas”. Esta perspectiva la posiciona como un recurso narrativo que refleja historias de marginación, esfuerzo y justicia popular.

Además, la lucha libre ha llegado a la moda y al mercado artístico internacional. Diseñadores como Edgardo Osorio, así como marcas de streetwear, han retomado la estética luchística para crear colecciones que fusionan tradición con globalización. La máscara, nuevamente, se convierte en un símbolo polivalente que dialoga con tendencias contemporáneas sin perder su esencia identitaria.

En este sentido, la lucha libre continúa evolucionando como un fenómeno cultural que se adapta a los cambios sociales, tecnológicos y estéticos del siglo XXI.

14. Recepción del público y creación de comunidad luchística

La comunidad luchística está conformada por un tejido diverso de aficionados cuyas prácticas y experiencias dan sentido al espectáculo. La sociología de la recepción explica que el público no es pasivo; interpreta, negocia y resignifica los mensajes del espectáculo. Hall (1980) sostiene que las audiencias participan activamente en la construcción del significado, y la lucha libre es uno de los mejores ejemplos de ello.

En las arenas, la recepción está mediada por la emoción colectiva. Los gritos, porras, insultos y celebraciones funcionan como un lenguaje compartido que une a los asistentes. Para muchos espectadores, asistir a la lucha libre es una tradición familiar: padres, hijos y abuelos acuden juntos, creando memorias afectivas que se transmiten generacionalmente.

Como afirma Acuña (2017), este ritual produce “comunidades emocionales” que se forman a partir de experiencias repetidas y compartidas. El público reconoce luchadores específicos, sigue rivalidades y desarrolla lealtades hacia rudos o técnicos, construyendo identidades grupales.

En la lucha libre urbana o independiente, la comunidad se vuelve aún más participativa. Los asistentes suelen conocer personalmente a los luchadores y forman vínculos cercanos con ellos. Este contacto directo fortalece la pertenencia y el sentido de solidaridad entre atletas y aficionados.

Las redes sociales también han transformado la recepción. Fans de todo el mundo comentan eventos en tiempo real, organizan grupos, crean fanart, escriben reseñas y generan videos analíticos o humorísticos. Estas prácticas expanden la comunidad luchística a un ámbito global, permitiendo que personas fuera de México se identifiquen con sus símbolos y narrativas.

Morales (2023) explica que estas comunidades digitales “reconstruyen el rito

luchístico mediante prácticas participativas que multiplican su significado”.

Así, la lucha libre demuestra que su impacto cultural no depende solo del espectáculo, sino de la manera en que el público lo vive, lo comparte y lo resignifica.

15. Transformaciones contemporáneas y futuro de la lucha libre mexicana

En la actualidad, la lucha libre se enfrenta a una serie de transformaciones impulsadas por la globalización, la digitalización, el cambio generacional y la diversificación cultural. Estas transformaciones redefinen su identidad y plantean desafíos y oportunidades para su futuro.

15.1 Digitalización del espectáculo

El streaming, las redes sociales y las plataformas digitales han permitido que la lucha libre llegue a públicos más amplios. Empresas como AAA han transmitido eventos por YouTube, Twitch y plataformas de paga, lo que aumenta la visibilidad de los luchadores y genera nuevas fuentes de ingreso.

Como señala Rojas (2024), “la lucha libre se está transformando en un producto híbrido entre evento en vivo y contenido transmedia”, permitiendo que narrativas, personajes e historias circulen más allá del ring.

15.2 Profesionalización del entrenamiento

Las nuevas generaciones de luchadores se entrenan con técnicas más completas y estructuradas: gimnasia, artes marciales, acrobacia, actuación y medios digitales. Esto ha elevado el nivel técnico del espectáculo y ha creado luchadores con identidades más elaboradas y habilidades televisivas, escénicas y digitales.

15.3 Diversidad e inclusión

La presencia creciente de mujeres, luchadores exóticos, identidades queer y atletas internacionales ha transformado la estética y representación de la lucha libre. Este cambio refleja una apertura cultural donde se reconocen

nuevas formas de corporalidad y expresión. Como afirma Díaz (2023), “la lucha libre se vuelve espejo de una sociedad más diversa”, permitiendo que grupos históricamente marginados encuentren un lugar en el espectáculo.

15.4 Tensiones entre tradición e innovación

A pesar de los avances, existe preocupación sobre la pérdida de autenticidad del espectáculo. Las grandes empresas adoptan estilos similares al entretenimiento deportivo estadounidense, generando debates sobre la identidad propia de la lucha libre mexicana.

Los sectores tradicionales consideran que estas influencias comerciales ponen en riesgo el sentido ritual, popular y comunitario que originalmente definió el espectáculo.

Sin embargo, la coexistencia entre tradición e innovación podría convertirse en una oportunidad para enriquecer el espectáculo, siempre que se mantengan los valores culturales que lo han caracterizado por casi un siglo.

Método

Este proyecto es de tipo cualitativo con un diseño exploratorio y descriptivo, ya que se busca analizar las percepciones y experiencias de distintas personas sobre la lucha libre mexicana y cómo factores como la comercialización, la gentrificación y la internacionalización han transformado su significado cultural. Para la recolección de datos se utilizó una guía de entrevistas semiestructuradas con preguntas abiertas, enfocadas en la frecuencia de asistencia a funciones, preferencias por luchadores y percepción sobre los cambios en el público y en la autenticidad del espectáculo.

Además, se realizaron observaciones directas en las arenas, registrando la interacción del público, el uso de máscaras, gestos teatrales y reacciones colectivas, las cuales fueron documentadas en bitácoras de campo. La recolección se llevó a cabo entre el 29 de octubre y el 5 de noviembre, entrevistando a un total de

60 personas, incluyendo participantes relacionados con la lucha libre y personas seleccionadas al azar de diferentes edades, con el objetivo de identificar patrones generacionales en la asistencia y apreciación del espectáculo.

Los datos fueron organizados mediante codificación temática, permitiendo identificar categorías como cambios en la asistencia, percepción de la comercialización y la importancia simbólica de la máscara. Las observaciones complementaron los hallazgos, asegurando un análisis integral de la relación entre público, tradición y espectáculo.

Enlace (evidencia de entrevistas más relevantes):
https://drive.google.com/drive/folders/1_zS5A6-pn3gpt2MpU0FvxQWzBesFcAT5

Resultados

La lucha libre sigue siendo una expresión cultural profundamente arraigada, no solo un espectáculo. Su mezcla de deporte, narrativa y teatralidad mantiene un significado simbólico importante para el público mexicano.

Existe una marginación simbólica constante hacia la lucha libre, basada en prejuicios que la consideran un entretenimiento “vulgar”, “falso” o de “baja calidad”. Esto evidencia una frontera cultural entre lo popular y lo considerado culto, donde lo primero suele ser desvalorizado.

La gentrificación cultural está transformando la experiencia original del espectáculo. Los precios elevados, la presencia masiva de turistas y la creación de servicios premium han desplazado a los públicos tradicionales, modificando el ambiente comunitario que caracterizaba a las arenas.

El público original—principalmente de barrios populares—ha sido el más afectado, ya que ahora enfrenta barreras económicas para acceder a funciones que antes eran accesibles.

La comercialización e internacionalización (como la compra de AAA por WWE) abren nuevas oportunidades económicas y de visibilidad, pero también generan riesgos. La identidad mexicana puede diluirse si la industria se adapta más a los estándares globales que a sus propias tradiciones.

La esencia simbólica de la lucha libre está en tensión constante, atrapada entre la tradición popular que la vio nacer y las nuevas dinámicas del mercado, el turismo y la globalización.

Aun con estos cambios, la lucha libre mantiene su capacidad de resistencia, gracias al papel de la comunidad luchística, el valor de la máscara, el significado del cuerpo en escena y la experiencia colectiva del público.

Palabras frecuentes: Pienso, lucha, libre, mexicana, vi, imágenes, meme, video, risa, cultura, mexicanos, violencia, show, espectáculo, identidad, símbolo, misterioso, personaje, colores, nostalgia, público, creatividad, exagerado, fuerza, tradición, diversión, ruido, sangre, terapia.

Transcripción de entrevistas (7):

Link con más entrevistas (Transcritas):

https://drive.google.com/drive/folders/1_zS5A6-pn3gpt2MpU0FvxQWzBesFcAT5

Tabla 1. Entrevistas a participantes

Entrevista 1	1. Lo primero que pienso al escuchar lucha libre mexicana es cuando mi papá nos llevaba a la Arena Coliseo. 2. Sí, una vez vi una foto antigua de El Santo y me dio mucha nostalgia. 3. Considero que sí forma parte de la cultura mexicana, porque crecemos con eso. 4. Creo que es muy mexicana por el valor y la picardía. 5. Opino que las máscaras son símbolo, casi como un traje de héroe.
Entrevista 2	1. Lo primero que pienso es "show, golpes y memes". 2. Sí, vi un meme de un luchador volando y me dio mucha risa. 3. Considero que es cultural, pero no tan fuerte como el fútbol. 4. Creo que representa el desmadre mexicano en buen plan. 5. Opino que las máscaras son más disfraces que símbolos.
Entrevista 3	1. Pienso en deporte, estrategia y espectáculo. 2. Vi un documental corto y me provocó respeto. 3. Considero que su presencia cultural es muy sólida. 4. Creo que refleja valores como disciplina y honor. 5. Opino que las máscaras tienen un significado profundo para la identidad del luchador.
Entrevista 4	1. Pienso en pura diversión y gritos de la gente. 2. Sí, vi un video donde uno "volaba" y me solté riendo. 3. Considero que es bastante cultural, sobre todo para los que somos de antes. 4. Creo que es muy mexicano porque es exagerado, pero bonito. 5. Opino que las máscaras son parte del show, pero necesarias.
Entrevista 5	1. Pienso en colores, brillo y diseño. 2. Vi una sesión de fotos artística y me pareció estética. 3. Considero que forma parte de la cultura pop mexicana. 4. Creo que representa creatividad y estilo. 5. Opino que la máscara es arte visual.

Entrevista 6	1. Pienso en la Arena México, así de simple. 2. Vi una foto de los rudos y me recordó cuando iba de niño. 3. Considero que sí es cultura, acá se vive mucho. 4. Creo que refleja la fuerza y el aguante del mexicano. 5. Opino que la máscara es respeto y tradición.
Entrevista 7	1. Pienso en un espectáculo híbrido entre arte y deporte. 2. Vi un clip y me llamó la atención la coreografía. 3. Considero que es un fenómeno cultural interesante. 4. Creo que representa la teatralidad mexicana. 5. Opino que la máscara es un símbolo narrativo.

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación. Con estas tablas y demás entrevistas pudimos notar que si bien la mayoría de la gente ubica lo que es la lucha libre no todos tienen un real y genuino interés por ella, algunos le consideran de mal gusto, otros dicen que les llama la atención por la disciplina y coreografía que utilizan, les llama la atención que utilicen máscaras llamativas, pero en lo que todos están de acuerdo es en que no es solo es un espectáculo, es un deporte y es disciplina.

Conclusión

La lucha libre mexicana, más que un deporte o un espectáculo, es una manifestación cultural profundamente arraigada en la identidad popular del país. Desde sus orígenes en los años treinta hasta su consolidación como referente simbólico y ritual, ha funcionado como un espacio donde convergen tradición, resistencia, creatividad y sentido comunitario.

La máscara, el cuerpo y el propio acto performativo del combate han permitido que este fenómeno trascienda generaciones, manteniéndose vigente como una expresión del imaginario colectivo mexicano. Sin embargo, esta misma tradición enfrenta hoy tensiones significativas que cuestionan su permanencia como práctica auténticamente popular.

La marginación simbólica resultado de prejuicios que clasifican a la lucha libre como un espectáculo “vulgar” o “simulado” revela una jerarquización cultural que desacredita lo popular frente a lo considerado culto. Paralelamente, procesos contemporáneos como la gentrificación cultural, el aumento de precios y la orientación turística han desplazado a los públicos tradicionales que históricamente dieron vida a las arenas.

Lo que antes era un espacio comunitario de convivencia barrial se configura ahora como un producto de consumo para visitantes con mayor poder adquisitivo. Asimismo, la internacionalización especialmente tras la inserción de corporaciones extranjeras en el ecosistema de la lucha libre plantea interrogantes sobre la preservación de su esencia simbólica y estética.

Aunque estas alianzas pueden ofrecer crecimiento y mayor visibilidad global, también abren la posibilidad de que la lucha libre mexicana se vea moldeada por estándares ajenos, diluyendo elementos propios de su identidad

cultural. En este contexto, la lucha libre se encuentra en una encrucijada: entre la tradición que la define y las fuerzas económicas y sociales que la transforman.

No obstante, su vitalidad como patrimonio cultural radica en su capacidad de adaptarse sin perder su espíritu popular. La lucha libre mexicana sigue siendo un espejo del país: contradictoria, colorida, resiliente y profundamente humana. Su estudio permite comprender no solo la evolución de un espectáculo emblemático, sino también las dinámicas de clase, identidad y pertenencia que atraviesan la cultura contemporánea mexicana.

Referencias

- Ávila, G. (s.f.). *La lucha libre y su impacto cultural en México*. Criterio Hidalgo. <https://criteriohidalgo.com/la-copa/la-lucha-libre-y-su-impacto-cultural-en-mexico>
- De Dinero. (s.f.). *Lucha libre en México: tradición y gentrificación que provocan altos precios*. <https://www.dediner.com.mx/todo-es-dinero/lucha-libre-en-mexico-tradicion-y-gentrificacion-que-provocan-altos-precios/>
- Discovery Chepe. (s.f.). *Historia y origen de la lucha libre en México*. <https://www.discoverychepe.com.mx/articulos/deportes/historia-origen-lucha-libre-mexico>
- Garrido, V. M. (2025, septiembre 6). *La lucha libre mexicana se sube al ring de la gentrificación*. El País. <https://elpais.com/mexico/2025-09-06/la-lucha-libre-mexicana-se-suba-al-ring-de-la-gentrificacion.html>
- Planchitas. (s.f.). *Gentrificación en la lucha libre mexicana*. Récord. <https://www.record.com.mx/columnistas/el-planchitas/gentrificacion-en-la-lucha-libre-mexicana>
- Saldaña Rosas, N. (s.f.). *Breve historia gráfica de la lucha libre en la Ciudad de México* (Tesis de licenciatura). Universidad Autónoma de la Ciudad de México. https://www.repositorioinstitucionaluacm.mx/jspui/bitstream/123456789/1438/3/NOE%20SALDA%C3%91A%20ROSAS_unlocked.pdf
- Salvatierra, Y. (2024, agosto 23). *Lucha libre mexicana: la crónica de un deporte con patrimonio cultural*. Remji-Fractales. <https://remji-fractales.com/2024/08/23/lucha-libre-mexicana-la-cronica-de-un-deporte-con-patrimonio-cultural/>
- Stratega Magazine. (s.f.). *La lucha: deporte y entretenimiento*. <https://strategamagazine.com/la-lucha-deporte-y-entretenimiento/>

Anexos

Título	Breve Historia Gráfica de la Lucha Libre en la Ciudad de México
Autor (es)	Noé Saldaña Rosas
Concepto	La lucha libre mexicana se concibe como un fenómeno cultural y deportivo que trasciende lo meramente físico o competitivo para convertirse en un elemento fundamental del folklóre mexicano. Se entiende como una práctica que articula rituales, símbolos, y personajes, conformando en su conjunto una expresión cultural manifiesta en la teatralidad del bien contra el mal, involucrando elementos de identidad y cultura comunitaria.
Teoría y cita	Noé Saldaña Rosas plantea que la lucha libre debe ser estudiada "desde su perspectiva histórico-cultural y así dar a la lucha libre un lugar dentro de las ciencias sociales como herramienta de información sobre lo que engloba a este peculiar deporte"
Bibliografía	Breve Historia Gráfica de la Lucha Libre en la Ciudad de México. (2009). En México: Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Noé Saldaña Rosas. Recuperado 24 de septiembre de 2025, de https://sepanalitica.es/wp-content/uploads/2019/06/La-lucha-libre-mexicana.-Su-funcio%CC%81n-compensatoria-en-relacio%CC%81n-al-trauma-cultura-Vi%CC%81ctor-Manuel-Lo%CC%81pez-G..pdf
NOTA	A presente cita la utilizará para las Definiciones Conceptuales de la Lucha Libre

Título	Preparando a luchar: experiencias formativas en el oficio de la lucha libre.
Autor (es)	Carlos Juárez Gutiérrez
Concepto	La lucha libre profesional como oficio; el proceso formativo del luchador, entendido como práctica que incluye entrenamiento técnico, valores culturales y sociales, transmisión de saberes por parte del "profesor de lucha", en contextos laboral interactivos y de ocio.

Teoría y cita	se inscribe dentro de teorías sobre “profesiones populares” y “culturas laborales” en que el entrenamiento es un espacio de socialización y de transmisión de identidad. “El profesor de lucha como figura que tiene a su resguardo el conjunto de conocimientos y saberes necesarios para el ejercicio del oficio ...”
Bibliografía	Sutiérrez, C. J. (2023). Aprendiendo a luchar: experiencias formativas en el oficio de la lucha libre. revistas.uaq.mx. https://doi.org/10.5281/zenodo.10058169
NOTA	a presente cita la utilizará para las Definiciones Conceptuales de la Lucha Libre

Título	La cultura en la Arena de la lucha libre mexicana: una visión etnográfica
Autor (es)	Angel Acuña Delgado
Concepto	La lucha libre mexicana como reflejo y construcción de la identidad cultural popular.
Teoría y cita	“La Arena constituye así un espacio catártico, funcionando como una especie de válvula hidráulica que libera la presión acumulada en la cotidianidad donde los luchadores incumplen las normas sin ser muchas veces sancionados, y lo que en la calle sería intolerable ahí se toma con total normalidad” (Acuña Delgado, 2017, p. 152)
Bibliografía	Delgado, Á. A. (2018). La cultura en la Arena de la lucha libre mexicana: una visión etnográfica. Revista Española de Antropología Americana, 47(0). https://doi.org/10.5209/reaa.61975
NOTA	a presente cita la utilizará para las Definiciones Conceptuales de la Lucha Libre

Título	Lucha libre y cultura queer: un espacio de resistencia bajo la máscara.
Autor (es)	Julia María Romo Guevara

Concepto	la lucha libre como espacio de performance, teatralidad y ritual popular que permite a identidades disidentes (género, sexualidad) expresarse y resistir normas sociales, mediante personajes, máscaras y puestas en escena simbólicas.
Teoría y cita	Se basa en teorías de género, performance cultural y estudios queer; se entiende al ring como escenario simbólico donde se construyen narrativas de resistencia, identidad y diversidad. Cita clave: “Se trata de un ritual popular que combina destreza física, teatralidad y simbología social. En cada función, los luchadores encarnan narrativas de justicia, resistencia y pertenencia ... cada máscara, un símbolo de identidad ...”
Bibliografía	Romo Guevara, Julia María. Lucha libre y cultura queer: un espacio de resistencia bajo la máscara, Universidad Autónoma de Aguascalientes, 2025.
NOTA	la presente cita la utilizará para las Definiciones Conceptuales de la Lucha Libre

Título	la evolución en la construcción de la máscara en México: De la ritualidad a la industria.
Autor (es)	Esmeralda Espinosa López
Concepto	la máscara de lucha libre como objeto simbólico y cultural que ha transitado de una dimensión ritual/tradicional a una de consumo y comercialización, conservando su función de identidad, representación del personaje y significado cultural.
Teoría y cita	Se apoya en teorías sobre el objeto cultural, símbolos identitarios, industria cultural y consumo; la máscara no solo sirve para ocultar o embellecer, sino como signo de identidad, ficción, ritual y producto de mercado. Cita: “Pasa de ser un objeto exclusivo de los rituales y tradiciones a su venta como simple objeto de decoración y consumo ... objeto que representa el punto medio dentro de estos dos polos.”
Bibliografía	Espinosa López, E. E. (2025). La evolución en la construcción de la máscara en México: De la ritualidad a la industria. <i>Revistas.uclave.org</i> . https://doi.org/10.5281/zenodo.14559924

NOTA	a presente cita la utilizará para las Definiciones Conceptuales de la Lucha Libre
Título	¿Desenmascarando identidades? Una aproximación a la lucha libre mexicana
Autor (es)	Elena Trapanese
Concepto	Análisis simbólico de la máscara y la construcción de identidades en la lucha libre mexicana.
Teoría y cita	Bien podríamos definir la lucha libre mexicana como una práctica 'barroca' de resistencia: en ella se juzgan y se arodian las contradicciones del mundo en el que vivimos, a través de la construcción de un sentido imaginario 'de un ic et nunc insoportable transfigurado por su teatralización'" (Trapanese, 2017, p. 107)
Bibliografía	Trapanese, E. (2017). ¿Desenmascarando identidades? Una aproximación a la lucha libre mexicana. Bajo Palabra, 6(2017). https://doi.org/10.15366/bp2017.16
NOTA	a presente cita la utilizará para las Definiciones Conceptuales de la Lucha Libre

Título	La lucha libre en México
Autor	Angélica Pérez Nava
Concepto	La lucha libre en México es un deporte espectáculo que, más allá del combate físico, funciona como una construcción cultural que refleja la identidad mexicana.
Teoría y cita	Según Pérez Nava (2018), la lucha libre en México puede entenderse como un complejo cultural en el que se integran elementos como la espiritualidad, el erotismo, la comedia y la tragedia. Estos componentes permiten que el espectáculo funcione como una forma de catarsis social y, al mismo tiempo, como una representación simbólica de las pulsiones propias de lo mexicano, influyendo en expresiones artísticas como la fotografía, el cine y la cultura popular.

Bibliografía	Pérez Nava, A. (2018). La lucha libre en México. La imagen centenaria. Legajos. Boletín del Archivo General de la Nación, https://www.archivos.gob.mx/Legajos/pdf/Legajos16/10Luchalibre.pdf
NOTA	a presente cita la utilizará para las Definiciones Conceptuales de la Lucha Libre

Título	lucha libre mexicana mascarar a través del tiempo
Autor	Julio Crespo
Concepto	La lucha mexicana es mucho más que un deporte. Es una representación cultural llena de historia, símbolos y personajes. La máscara es el elemento más importante, porque no solo cubre el rostro del luchador, sino que también crea una identidad, un personaje con fuerza, misterio y significado.
Teoría y cita	Según Crespo (2021), la principal seña de identidad de la lucha libre en México es la máscara. Estas confieren un sentido único, una intencionalidad, rodeando, al luchador de un halo de misterio.
Bibliografía	Crespo, J. (2021). Lucha libre mexicana. Máscara a través del tiempo. https://100porciemexico.es/wp-content/uploads/2021/01/Lucha__libre.pdf
NOTA	La máscara da identidad y misterio a los luchadores, y la lucha libre mezcla teatro y espectáculo con la participación del público.

Título	LA LUCHA LIBRE COMO IDENTIDAD CULTURAL MEXICANA"
Autor	Diego Alberto Cambroni Velázquez
Concepto	La lucha libre mexicana es una manifestación cultural y social que refleja la identidad del pueblo mexicano. Combina deporte, arte y tradición, convirtiéndose en un símbolo nacional que representa la historia, valores y costumbres del país.

Teoría y cita	La lucha libre es más que un deporte-espectáculo; es un fenómeno cultural que forma parte de la identidad del pueblo mexicano. Su historia, personajes y símbolos permiten entender cómo el deporte se transforma en una expresión de cultura popular y en un reflejo de la sociedad.” (Cambroní Velázquez, 2023, p. 604)
Bibliografía	LA LUCHA LIBRE COMO IDENTIDAD CULTURAL MEXICANA». (2023). https://www.cuicuilco.unam.mx/revistas/index.php/revista-cuicuilco/article/view/10851560
NOTA	a presente cita la utilizará para las Definiciones Conceptuales de la Lucha Libre

Título	La Lucha Libre como Expresión Cultural en México
Autor	García, J. A.
Concepto	La lucha libre es un espectáculo deportivo y cultural que combina el deporte, la actuación teatral y la tradición popular mexicana, representando una forma de identidad y resistencia social.
Teoría y cita	La lucha libre es más que un deporte; es una manifestación cultural que refleja las luchas sociales y los valores populares de México, mediante el uso de máscaras, personajes arquetípicos y narrativas de bien contra mal” (García, 2018, p. 45).
Bibliografía	García, J. A. (2018). La lucha libre y la cultura popular mexicana. Fondo de Cultura Económica.
NOTA	a presente cita la utilizará para las Definiciones Conceptuales de la Lucha Libre

Título	La lucha libre mexicana. Su función compensatoria en relación al trauma cultural
Autor	Víctor Manuel López G.

Concepto	la lucha libre mexicana cumple una función compensatoria frente al trauma cultural colectivo del pueblo mexicano. Desde la perspectiva de la psicología analítica de Carl Jung, la lucha libre actúa como un mito moderno y ritual catártico en el que la sociedad mexicana proyecta sus tensiones, frustraciones y deseos reprimidos en una forma simbólica de enfrentamiento entre el bien y el mal, representados por los técnicos y los rudos.
Teoría y cita	La lucha libre mexicana prosperó y se volvió única cuando su iconografía, tan colorida como kitsch, empezó a proveer a sus seguidores de una gran teatralidad catártica mediante sus dimensiones simbólicas. El drama era proporcionado por el histrionismo de los luchadores en el cuadrilátero" (López G., 2008, trad. 2019, p. 2).
Bibliografía	López G, V. M. (s. f.). Víctor Manuel Looez G. https://sepanalitica.es/wp-content/uploads/2019/06/La-lucha-libre-mexicana.-Su-funci%C3%B3n-compensatoria-en-relaci%C3%B3n-al-trauma-cultura-V%C3%ADctor-Manuel-L%C3%B3pez-G..pdf
NOTA	a presente cita la utilizará para las Definiciones Conceptuales de la Lucha Libre

Título	PUTO EL QUE SE QUITE!" LA LUCHA LIBRE INDEPENDIENTE CONTRA EL IMPERIALISMO POPULAR. UNA MIRADA ETNOGRÁFICA SOBRE EL PANCRACIO ACHUQUEÑO
Autor	Miguel Ángel González Ponce de León Luis Yered Santiago Hernández

Concepto	La lucha libre independiente en Pachuca, Hidalgo, se presenta como una forma cultural y social innovadora que opera desde abajo, desafiando la hegemonía de la lucha libre clásica o comercial, la cual está dominada por grandes empresas y los medios masivos de comunicación, especialmente Televisa. Esta lucha libre independiente se concibe como una resistencia al "imperialismo popular", término que señala cómo ciertos elementos culturales se constituyen en lo "popular" por designios del poder hegemónico, excluyendo y marginando otras expresiones culturales. En este caso, la lucha libre independiente construye una cultura popular propia, local y contestataria, que se organiza desde la autogestión y la interacción activa con el público, alejándose de los formatos comerciales hegemónicos y las narrativas morales impuestas desde arriba.
Teoría y cita	La investigación se sustenta en la teoría del "imperialismo popular" de Stuart Hall, que explica cómo las industrias culturales funcionan para legitimar la hegemonía política y cultural de la burguesía mediante la imposición de una definición arbitraria y dominante de lo culturalmente "popular". Según Hall (1984), esta hegemonía utiliza la industria cultural para distribuir valores, mitos y arquetipos que estabilizan el consenso social y excluyen otras formas de cultura popular, imponiendo una versión universalizada y dominante. Así, la lucha libre clásica es parte de este imperialismo cultural, mientras que la lucha libre independiente representa una resistencia cultural desde los márgenes y desde abajo.
Bibliografía	"Puto el que se quite!" la lucha libre independiente contra el imperialismo popular. Una mirada etnográfica sobre el desencanto pachuqueño Nueva Antropología. (s. f.). https://revistas.inah.gob.mx/index.php/nuevaantropologia/article/view/17493/18732
NOTA	La presente cita la utilizará para las Definiciones Conceptuales de la Lucha Libre

Título	Nada de circo, mucha maroma y algo de teatro," masculinidad en la lucha libre
Autor	Alejandra Carolina Santamaría Llerandi

Concepto	El artículo reflexiona sobre la construcción social de las masculinidades en la lucha libre mexicana, enfocándose en cómo los luchadores moldean su cuerpo, comportamientos y actitudes para encarnar ideales de fuerza, virilidad y dominio. El cuerpo es la principal herramienta para construir estatus y adaptarse a las exigencias del espectáculo y el mercado, con profundas implicaciones en su identidad y reconocimiento social.
Teoría y cita	La masculinidad es una construcción social e individual, dada por las vivencias de cada sujeto, donde el cuerpo juega un papel muy importante como vehículo de la identidad y la representación social" (Santamaría Llerandi, pp. 2-3).
Bibliografía	Santamaría Llerandi, A. C. (s. f.). "Nada de circo, mucha maroma y algo de teatro," masculinidad en la lucha libre. https://portalweb.uacm.edu.mx/uacm/Portals/3/4%2520Documentos/III%2520ENCUENTRO%2520DE%2520ESCRITORES%2520SOBRE%2520DISIDENCIA%2520SEXUAL%2520E%2520IDENTIDADES%2520SEXUALES%2520Y%2520GEN%C3%89RICAS/Cuerpo,%2520Salud%2520y%2520Sexualidades/alexandra-santamaria-llerandi.pdf
NOTA	A presente cita la utilizará para las Definiciones Conceptuales de la Lucha Libre

Título	En mi casa y con mi gente. La comunicación de los valores de los mexicanos en la lucha libre"
Autor	Jéctor Villarreal
Concepto	La lucha libre mexicana funciona como un espacio simbólico de comunicación social, donde se representan, reproducen y cuestionan los valores culturales e identitarios del pueblo mexicano.
Teoría y cita	Jéctor Villarreal propone que el espectáculo de la lucha libre actúa como un reflejo dramatizado de la sociedad mexicana, comunicando valores como el nacionalismo, la unidad familiar, la religiosidad y la corrupción. A través de los personajes, la narrativa del ring y la participación del público, se construye un discurso visual y emocional donde los mexicanos se reconocen en sus virtudes y contradicciones, mostrando así la complejidad de su identidad colectiva.

Bibliografía	Willarreal, H. (2018). En mi casa y con mi gente. La comunicación de los valores de los mexicanos en la lucha libre. Revista Iberoamericana De Comunicación, (34), 113–135. Recuperado a partir de https://ric.iberomex.mx/index.php/ric/article/view/59
NOTA	a presente cita la utilizará para las Definiciones Conceptuales de la Lucha Libre

Título	a evolución en la construcción de la máscara en México: De la ritualidad a la industria
Autor	Esmeralda Espinosa López
Concepto	a máscara en México ha pasado de ser un objeto ritual tradicional a convertirse en parte de una industria de consumo, dentro de ese tránsito la máscara del luchador representa un punto intermedio entre tradición ritual y objeto comercial.
Teoría y cita	Espinosa López propone que la máscara mexicana experimenta una transformación cultural significativa: originalmente era un objeto vinculado a rituales y tradiciones simbólicas; sin embargo, con el tiempo se ha integrado a la lógica del mercado y la producción industrial. En este proceso, la máscara de luchador ocupa un lugar crucial como “puente simbólico” entre la ritualidad ancestral y la mercancía moderna. Así, el objeto no pierde su carga simbólica, sino que se configura para sobrevivir al cambio social adaptándose a nuevos contextos y funciones.
Bibliografía	Espinosa López, E. (2025). La evolución en la construcción de la máscara en México: De la ritualidad a la industria. Revista Científica De Humanidades Y Artes, 13(1), 59-77. https://doi.org/10.5281/zenodo.14559924
NOTA	a presente cita la utilizará para las Definiciones Conceptuales de la Lucha Libre

Realidad virtual e inteligencia artificial como herramientas de optimización en la preparación física de los atletas

Félix Camacho Mariana

mariana.felix@anahuac.mx

Trejo Benítez Andrea

andrea.trejo05@anahuac.mx

Jaime Gómez Sac-Nicte

sgomez2005@anahuac.mx

Carmona de la Rosa Karen

karen.carmona06@anahuac.mx

Resumen

La implementación de la realidad virtual (VR) y de la inteligencia artificial (AI) en todos los ámbitos del deporte está transformando la manera tradicional en la que los deportistas entrenan. Estas tecnologías ayudan a que se simulen escenarios y situaciones de competencia muy realistas y a analizar el rendimiento que tuvo el deportista en cada situación, así ofrece una retroalimentación inmediata para que se preparen y/o puedan mejorar (Singh & Aleen, 2024). Varios estudios recientes han mostrado que el uso de la RV ayuda a agilizar la mente de los deportistas al impulsarlos a trabajar con situaciones que los llevan al límite y la AI optimiza la carga de los resultados y datos para que los deportistas puedan ver sus estadísticas y poder mejorar en base a estos (Almansour, 2024). No obstante, la integración de estas herramientas enfrenta varias complicaciones como los muy altos costos de estas, los cuales son complicados de pagar para equipos pequeños, la falta de preparación especializada en el entrenamiento con estas herramientas; estos son solo algunos de los retos que enfrentan, sin embargo, las evidencias del uso actual nos han mostrado que es una oportunidad muy grande para el rendimiento y la mejora de los deportistas. (Kenjayeva et al., 2025)

Palabras clave: Realidad virtual, inteligencia artificial, entrenamiento, rendimiento, rehabilitación de atletas, prevención de lesiones, tecnologías inmersivas, innovación, monitorización de rendimiento, preparación física inteligente.

Abstract

The implementation of virtual reality (VR) and artificial intelligence (AI) across all areas of sports is transforming the traditional ways in which athletes train. These technologies allow for the simulation of highly realistic competition scenarios and situations, as well as the analysis of athletes' performance in each case, offering immediate feedback to help them prepare and/or improve (Singh & Aleen, 2024). Several recent studies have shown that the use of VR sharpens athletes' minds by pushing them to work in situations that take them to their limits, while AI optimizes the processing of results and data so that athletes can review their statistics and improve based on them (Almansour, 2024). However, the integration of these tools faces several challenges, such as their very high costs, which are difficult to afford for smaller teams, and the lack of specialized training to effectively implement them. These are only some of the obstacles encountered; nevertheless, current evidence shows that their use represents a major opportunity for enhancing athletes' performance and development (Kenjayeva, et al., 2025).

Keywords: Virtual Reality, artificial intelligence, training, performance, injury prevention, immersive technologies, innovation, performance monitoring, smart physical preparation.

Introducción

Esta investigación se basa en las actualizaciones de la tecnología de la realidad virtual y la inteligencia artificial, con respecto al apoyo en el entrenamiento de deportistas tanto de alto nivel/de alto rendimiento como de deportistas amateurs que apenas van empezando su carrera profesional.

En los últimos años, la realidad virtual y la IA han impulsado a que los métodos de entrenamiento de los deportistas mejoren de manera significativa. La realidad virtual proporciona escenarios y entornos en donde los deportistas pueden practicar el tomar decisiones en momentos de riesgo en situaciones inesperadas y sus habilidades en escenarios poco comunes en su área de expertis, así pueden estar preparados para cualquier tipo de situación. Y al mismo tiempo, la IA brinda un análisis de datos y de resultados muy detallados, en tiempo real y personalizados para cada deportista; otorga también corrección muy técnica con programas muy avanzados que ayudan a tener toda la información del rendimiento de cada deportista. (Ahamed,M. Almansour. 2024)

El investigar este tema es muy importante, primeramente, porque estas herramientas en los últimos años se han vuelto esenciales en la vida de los humanos y el estarlos usando para mejorar un ámbito tan importante como lo es el deporte es la muestra de que los humanos tomamos lo mejor de lo nuevo que se nos presenta. (Richland, F. 2023)

Aunque este tema tiene un muy gran potencial, tiene sus partes en contra, como altos costos y la limitada preparación técnica de entrenadores. Además de esto, aún no se tienen una cantidad grande de investigaciones sobre la eficacia a largo plazo en el rendimiento y la prevención de lesiones, ya que los estudios que, si se tienen, cuentan con un muy corto periodo de aplicación. (Kenjayeva, B. 2025)

Esta investigación es fundamental porque puede ayudar a que la diferencia entre el potencial tecnológico y su aplicación efectiva sea menor. Por medio de estudios experimentales, se puede analizar la eficiencia que tiene la realidad virtual y la IA en diferentes niveles y tipo de deporte, verificar el impacto que tienen. Además de esto, brindará más información en las limitantes que tienen como el soto de los equipos y la necesidad de que los entrenadores se están formando y familiarizado con estas herramientas que son el futuro del deporte.

El objetivo de esta investigación es precisar y plantear el uso de la realidad virtual e IA ya integrada en la vida diaria de un deportista, como lo es sus entrenamientos y en el análisis de sus resultados. Y finalmente, se busca analizar cómo la investigación puede ayudar a que se tenga una mayor conciencia sobre el tema y que se brinde más información a entrenadores y deportistas para un mayor rendimiento.

Justificación

En la actualidad el deporte se enfrenta a un escenario de constante evolución en el que el entrenamiento físico y mental de los atletas ya no puede limitarse a los métodos tradicionales. La constante exigencia en la precisión, personalización y seguridad que existe en los entrenamientos expone una problemática central: la falta de integración de nuevas tecnologías como la inteligencia artificial (IA) y la realidad virtual (RV), en los programas de formación deportiva.

Muchos entrenadores y atletas continúan dependiendo de sistemas que, si bien han demostrado un buen resultado en el pasado, presenta una deficiencia frente a las demandas que exige actualmente en los entrenamientos de alto rendimiento, donde la competitividad y la prevención de lesiones son elementos determinantes.

En este contexto, la inteligencia artificial es clave para la transformación en los

entrenamientos. Según Singh y Aleem (2024), la inteligencia artificial facilita analizar con mayor claridad los datos de entrenamiento, identificar riesgos para evitar lesiones lo que contribuye a prolongar la carrera deportiva de los jugadores al igual que ofrecer recomendaciones personalizadas para mejorar el desempeño de cada atleta.

El uso de realidad virtual aporta creando escenarios de competencia inmersivos en los que el deportista puede entrenar bajo condiciones simuladas de estrés y presión. Como dijeron Richlan, Weiß, Kastner y Braid (2023), las participaciones de estas tecnologías ayudan a que no solo se trabaje en el aspecto técnico, igual permite mejorar el ámbito cognitivo, ya que mejora la concentración, ayuda a la toma rápida de decisiones ya tener la capacidad de respuesta en situaciones de riesgo. Además, se añade el indicio de que la realidad virtual se ha estabilizado como una herramienta clave y eficaz en los procesos de recuperación, brindando un entorno donde los jugadores se sientan seguros, motivados y donde beneficia la rehabilitación física (Almansour, 2024).

La aplicación de estas tecnologías en el entrenamiento deportivo de igual forma tiene sus desventajas, como señalan Kenjayeva, Kizdarbekova y Azhibekova (2025), el control del rendimiento de tecnologías inmersas ha dado resultados prometedores en deportes como el básquetbol, pero su aplicación aún está limitada por la falta de equipamiento, resistencia al cambio y los elevados precios. De igual forma, aparecen cuestiones éticas que están relacionadas con el uso de datos biométricos, ya que el uso de inteligencia artificial en el deporte abre debates sobre la intimidad y el manejo responsable de esta información de los deportistas. (Carrió Sampedro, 2020).

Frente a esta problemática, el presente documento persigue un objetivo general: evaluar y plantear la aplicación de inteligencia artificial y realidad virtual como una herramienta nueva para

incrementar el rendimiento deportivo, perfeccionar las estrategias para prevenir lesiones y potenciar la preparación física y cognitiva de los deportistas. El objetivo se divide en diferentes metas que guían el alcance de la investigación: analizar cuáles son las principales aplicaciones de la inteligencia artificial en el estudio del rendimiento y la personalización de los entrenamientos; analizar el impacto que la realidad virtual tiene en la recreación de escenarios competitivos y la recuperación de lesiones; analizar los beneficios cognitivos y físicos que brindan estas tecnologías frente a los métodos tradicionales y reconocer los desafíos éticos y logísticos que conlleva su uso.

En conclusión, la fusión de la inteligencia artificial y la realidad virtual en el entrenamiento deportivo brinda una oportunidad que es estratégica para transformar la preparación deportiva, se adapta a las demandas del deporte contemporáneo (Singh & Aleem, 2024). Con ayuda de estas tecnologías ayudan a diseñar programas de entrenamiento que dan un asesoramiento personalizado que se ajustan al perfil físico y mental del deportista, mejorando el tiempo de recuperación y disminuyendo el riesgo de alguna lesión. (Almansour, 2024).

El uso de escenarios inmersivos creados mediante la realidad virtual ofrece un entorno más seguro para que los atletas simulen situaciones de alta presión, reforzando la toma de decisiones rápidas y la capacidad de una respuesta inmediata ante situaciones difíciles en una competencia. (Richlan et al., 2023).

Por otro lado, la inteligencia artificial permite analizar una gran cantidad de datos del rendimiento de los atletas, ayudando a prevenir lesiones físicas y a examinar los avances individuales, impulsando un entrenamiento más eficiente y apoyado en evidencias. (Singh & Aleem, 2024; Fernández Pérez, 2020). Sin embargo, su aplicación enfrenta diferentes desafíos como la insuficiencia de equipamiento

adecuado, la resistencia al cambio y los elevados precios.

Finalmente, la adopción de la IA y RV presenta un futuro en el que la innovación tecnológica y las competencias de élite se encuentren, ofreciendo entrenamientos más seguros, dinámicos y altamente competitivos.

Hipótesis

La siguiente investigación analiza la pregunta sobre las nuevas herramientas tecnológicas, como la realidad virtual y la inteligencia artificial y cómo estas representan un gran cambio de los métodos tradicionales en los entrenamientos deportivos.

Estas tecnologías ayudan a crear escenarios inmersivos, para que los deportistas tengan una retroalimentación personalizada y en tiempo real. Se planea que esta combinación no solo se incrementa el rendimiento físico y cognitivo de los deportistas, sino que aumenta su habilidad de concentración al tener una reacción más eficiente y mejor toma de decisiones frente a situaciones exigentes.

Marco teórico

La creación y progreso tecnológico en los últimos años ha influido demasiado en el ámbito del deporte, cambiando no solamente la manera en la que los deportistas entrenan, también los procesos de rehabilitación, el seguimiento del rendimiento y la preparación psicológica de los deportistas. Algunas de las herramientas que han innovado y revolucionado esta industria del deporte son la realidad virtual (RV) y la inteligencia artificial (IA), que son tecnologías en crecimiento que han dejado que los atletas y entrenadores, experimenten con escenarios inmersivos, análisis de datos y el poder personalizar el entrenamiento para cada caso específico. Estas herramientas son una oportunidad muy grande y única para todos los que se involucran en el área del deporte, con estas nuevas tecnologías se puede cambiar la manera en

la que los deportistas mejoran día a día, haciendo así el proceso más eficiente. (Singh & Aleem, 2024; Richard, et al., 2023)

La curiosidad por la integración de tecnologías como la IA y la RV en el deporte no solo es debido al alto rendimiento, sino que también ha alcanzado el ámbito recreativo y educativo. Fernández Pérez (2020), señala que en programas escolares y de deportistas amateurs, estas herramientas se usan para motivar la actividad física en jóvenes, creando entornos más atractivos y accesibles. Esta inclinación proyecta un cambio cultural en la forma de percibir la actividad física, en donde la tecnología no solo impulse el rendimiento, sino que también apoye a la democratización del deporte y a la promoción de una vida saludable.

Investigaciones recientes afirman que el digitalizar el deporte ha creado un ecosistema en el cual el entrenamiento sobrepasa los límites del espacio físico habitual. Richlan, Weiß, Kastner y Braid (2023) describen que el entrenar en escenarios virtuales no solo beneficia el aprendizaje motor, sino que facilita reproducir con exactitud las condiciones dinámicas de la competencia, maximizando la transferencia de lo aprendido en el entrenamiento al ámbito real. Siguiendo esta idea, Fernández Pérez (2020) resalta que las tecnologías inmersivas brindan muchas nuevas posibilidades pedagógicas en la enseñanza de la actividad física, creando un puente entre el aprendizaje académico y el desempeño deportivo.

Igualmente, los estudios que hablan sobre la aceptación de estas herramientas en el deporte nos dicen que, aunque siguen existiendo retos iniciales de confianza, las ventajas identificadas en el ámbito de la motivación, concentración y rendimiento generan una mayor aceptación a su implementación. Lewellen (2025) comenta que la opinión sobre la funcionalidad es un factor clave para superar las ideas en contra del cambio tecnológico, lo que reafirma que el uso de la inteligencia artificial y la realidad virtual debe de

ser acompañado de algunos procesos de capacitación para que se asegure su uso ético.

La realidad virtual ha demostrado que es muy útil para poder hacer escenarios, simulaciones de competencias y situaciones fuera de lo normal, así los deportistas pueden entrenar en situaciones muy riesgosas sin ponerse en riesgo, así desarrollando habilidades técnicas y cognitivas. Algunas investigaciones de los últimos años nos han demostrado que esta herramienta ha ayudado a la mejora de la toma de decisiones, la percepción del espacio y la coordinación motora en algunos deportes como el basketball, beisbol y tenis, esto gracias a que se utilizaron sistemas inmersivos que brindan retroalimentación inmediatamente (Kenjayeva, et al., 2025; Wilkins et al., 2024). Del mismo modo, Fernández Pérez (2020) indica que la RV y la realidad aumentada forman recursos pedagógicos que nutre las maneras de enseñanza en la educación física y el deporte, así ampliando los escenarios de aprendizaje.

Por otro lado, la IA surgió como una herramienta estratégica en la organización y el análisis de datos. Por medio de algoritmos de machine learning y deep learning, se pueden procesar grandes cantidades de datos para poder predecir y prevenir lesiones, vigilar cargas de entrenamiento y hacer planes personalizados para cada deportista (Zhao et al., Mateus et al., 2024). Esta capacidad de predecir es muy importante para que se puedan prevenir lesiones y tener un registro del rendimiento del deportista y como puede mejorar; Singh y Aleem mencionan que la interacción entre la IA y la RV no sólo ayuda a mejorar y optimizar la preparación física, sino que también ayuda en el desarrollo de la dimensión cognitiva y psicológica del entrenamiento, así estableciendo como una estrategia en el desarrollo de un deportista.

Otro ámbito en donde estas herramientas han tenido un impacto muy importante es la rehabilitación deportiva, Almansur (2024), menciona en su metaanálisis, que la RV ayuda a

el seguimiento de los programas de rehabilitación, aumenta la motivación y brinda una retroalimentación inmediata. De igual manera, Cariati et al., (2024), encontraron que los entrenamientos virtuales favorecen el equilibrio y la estabilidad en los pacientes en un proceso de recuperación.

Es importante tener en cuenta que el uso de la IA y la RV en los entrenamientos deportivos y en algunos otros ámbitos del mismo, tienen retos éticos y sociales. Carrió Sampedro (2020) dice que usar estas herramientas debe sustentarse en principios como la autonomía, la justicia y la transparencia, para evitar que estas se usen de manera incorrecta y evitar desigualdades en el acceso a estas, garantizando que la tecnología usada este complementando y no sustituyendo el trabajo humano en el deporte.

La realidad virtual se ha vuelto una de las herramientas más importantes e influyentes en el deporte, debido a su capacidad para crear escenarios inmersivos que simulan situaciones y condiciones reales de competencia. Mediante dispositivos como los lentes de realidad virtual, sensores de movimiento y sistemas hápticos, los atletas pueden entrenar en escenarios supervisados que imitan casi al 100% igual las demandas técnicas, tácticas y psicológicas de su disciplina. Esta clase de entrenamiento permite que los deportistas practiquen habilidades en contextos de riesgo, ya sea alto o bajo, así reduciendo la vulnerabilidad a lesiones y propiciando un aprendizaje gradual en situaciones difíciles de reproducir en realidad (Fernández Pérez, 2020).

Una de las ventajas más importantes de usar la RV en los entrenamientos de los deportistas es la capacidad de que se puede adaptar a varias disciplinas. En deportes en equipo como el basketball, Kenjayeva, Kisdarbekova y Azhibekova (2025), corroboraron que los sistemas inmersivos posibilitan un seguimiento más preciso del rendimiento, impulsando ajustes estratégicos en

tiempo real. En deportes individuales, Najami y Ghannam (2025) mostraron que los simuladores de tenis que brindan retroalimentación inmediata ayudan que los deportistas puedan perfeccionar su técnica y mejorar su rendimiento en cada juego.

Aparte de los beneficios técnicos, las investigaciones y literatura reciente, menciona que los escenarios inmersivos que brinda la RV generan una repercusión positiva en la motivación de los deportistas. Mateus et al., (2024) argumentan que la interacción continua con entornos adaptativos fomenta el compromiso y el cumplimiento de los programas de entrenamiento, dado que los deportistas visualizan las prácticas como más dinámicas y retadoras en comparación a las maneras convencionales.

De esta manera, los pilotos de Fórmula 1 simbolizan el ejemplo más ilustrativo del uso de la RV en el deporte. Las escuderías de la categoría más importante del automovilismo usan simuladores de última generación para poder recrear exactamente toda la dinámica de una carrera, como el monoplaza se comporte, los circuitos y cualquier condición de carrera con la que se puedan enfrentar. Estos simuladores permiten a los pilotos entrenar sus reflejos, su capacidad de anticipación, su habilidad para tomar decisiones en fracciones de segundos, además se familiarizan con el trazo que tienen que hacer en los circuitos y con los ajustes técnicos del monoplaza sin la necesidad de tener que manejar el carro verdadero (Richlan, 2023). Mediante la RV, los pilotos pueden recrear escenarios de lluvias fuertes en carreras, fallas en el motor u otra parte del carro o ver que tan factibles son algunas estrategias de adelantamiento, lo que aumenta su preparación mental antes de un fin de semana de carrera.

Igualmente, los simuladores de Fórmula 1 han comprobado que son muy realistas, hasta el punto en donde se han utilizado como herramienta de desarrollo para los ingenieros, facilitando el probar configuraciones de la aerodinámica y estrategias para el consumo de combustible antes

de que las apliquen en la pista. Este nivel de precisión confirma lo dicho por Egiziano et al., (2025) acerca de la importancia de la fidelidad de los entornos inmersivos. De igual manera, Witte et al., (2025) afirman que el contacto constante con escenarios virtuales aumenta la capacidad de reacción de los pilotos, lo cual es crucial en un deporte en donde las diferencias de rendimiento se miden en milésimas de segundo.

Egiziano et al., (2025) mencionan la importancia de comprobar y evaluar la veracidad de los simuladores para asegurar que la transferencia de habilidades del entorno virtual al real sea correcta. En el ejemplo de los pilotos de la F1, esta veracidad es muy importante, ya que las decisiones que toman en los simuladores tienen un impacto directo en el rendimiento, desempeño y seguridad del piloto en la pista. De igual manera, Witte et al., (2025), comentan que la RV refuerza la coordinación perceptual y la percepción del espacio, las cuales son habilidades indispensables para los pilotos ya que tiene que tomar decisiones y reaccionar en milésimas de segundo y a una velocidad máxima de 300km/h.

Más allá de los deportes de automovilismo, la RV también se puede ampliar en deportes de combate y de equipo, mostrando beneficios en la capacidad de reacción, concentración y la resistencia psicológica (Li et al., 2025; Wilkins et al., 2024). Estas aplicaciones demuestran que la realidad virtual no solo ayuda a que el rendimiento técnico de los deportistas mejore, sino que también ayuda a desarrollar habilidades cognitivas y emocionales que son clave para poder enfrentar la presión de una competencia.

La realidad virtual es una herramienta muy útil y multifuncional que impulsa el entrenamiento deportivo desde muchas dimensiones como lo es la técnica, cognitiva y psicológica. El caso de los pilotos de la Fórmula 1 nos muestra como los simuladores inmersivos pueden volverse un recurso indispensable en la estrategia, preparado para transferir lo aprendido

en el entorno virtual a un escenario real de competencia.

La inteligencia artificial se ha establecido como una de las tecnologías más revolucionarias en el deporte, ya que tienen la capacidad de procesar una gran cantidad de datos mediante algoritmos de machine learning y deep learning facilita generar modelos predictivos que ayudan a los entrenadores físicos y personal médico que trabaja en la misma industria. Hoy en la actualidad, los deportistas generan constantemente información fisiológica y biomecánica por medio del uso de dispositivos portátiles, sistemas GPS y sensores inteligentes, lo que hace posible el monitoreo preciso de qué tan pesados son los entrenamientos, la fatiga y el riesgo de alguna lesión. Singh y Aleem (2024) afirman que la sinergia entre la IA y la RV es fundamental para el futuro del entrenamiento deportivo, ya que hace posible adaptar dinámicamente las cargas de trabajo de acuerdo con las necesidades de cada atleta, mejorando así su preparación física y cognitiva.

El usar la IA en el deporte ha hecho que el papel de los científicos deportivos se transforme, ya que ahora ellos son los que disponen de estas herramientas precisas para analizar la relación entre la carga del entrenamiento y la respuesta fisiológica que pueda tener el atleta. Esta transición de modelo ha aumentado la capacidad para prever lesiones, personalizar programas de preparación (Mateus et al., 2024). De este modo, la tecnología se vuelve un aliado que abre la puerta a más posibilidades del análisis humano, facilitando la toma de decisiones fundamentadas en datos objetivos y no solo en la experiencia humana.

Una de las aplicaciones más importantes de la IA en el ámbito del deporte es la predicción y prevención de lesiones. Mediante el análisis de los patrones de movimiento y microvariaciones en la técnica de ejecución, los algoritmos tienen la capacidad de identificar riesgos que pueden

pasar desapercibidos al ojo humano. Zhao et al., (2023), mencionan que la IA no solo representa señales fisiológicas, sino además comprende patrones de comportamiento y de toma de decisiones, lo que aumenta la veracidad de los modelos predictivos. Estos avances son muy importantes en deportes de alto rendimiento, en donde una lesión no solo marca la diferencia entre el éxito y el fracaso, sino que también define el futuro del deportista. Almansour (2024), en su investigación sistemática sobre la rehabilitación, complementa esta percepción al señalar que los programas que se apoyan en la inteligencia artificial mejoran el seguimiento de los deportistas y disminuyen la posibilidad de empeorar después de una lesión, afirmando así que la IA no solo mejora en rendimiento de quien esté compitiendo, sino que refuerza los procesos de recuperación.

La influencia de la IA se expande a la dimensión táctica y estratégica de la industria del deporte. En disciplinas de equipo como el fútbol o el basketball, los algoritmos procesan datos de partidos anteriores, estadísticas de rivales y métricas de cada atleta individualmente para poder sugerir las mejores alineaciones posibles, prever jugadas y diseñar planes más efectivos. Richlan (2023), discuten que estas tecnologías no sustituyen el puesto de un entrenador, sino que los ayudan y complementan su trabajo, esto lo hacen proporcionando información objetiva y contrastada. En deportes de motor como la Fórmula 1, la IA se integra en los simuladores de realidad virtual que ayudan a que los ingenieros ajusten algunas configuraciones de los monoplazas y poder prever escenarios que pueden pasar en la carrera antes de llegar al día de carrera. Egiziano et al., (2025) mencionan que el funcionamiento de los simuladores es determinante para que se pueda garantizar que la transferencia de habilidades y estrategias obtenidas en los escenarios virtuales ayude realmente en la competencia, lo cual solo reafirma la importancia de la calidad de las herramientas tecnológicas usadas en la preparación de los atletas.

El empezar a usar la inteligencia artificial y la RV representa una de las líneas más prometedoras en la innovación en el deporte. Singh y Aleem (2024) demuestran que, si juntas las dos herramientas, es posible crear entrenamientos inteligentes que se ajustan en tiempo real al rendimiento y desempeño del deportista, adaptándose automáticamente la dificultad de los escenarios de práctica. Wang et al., 2025, complementan la visión señalando que los sistemas adaptativos facilitan una experiencia personalizada, en la cual el nivel de dificultad cambia conforme progresa el deportista, lo que incrementa la motivación y la eficacia del aprendizaje. Esta capacidad de personalizar el entrenamiento al máximo marca un cambio en los métodos tradicionales de entrenamiento, en donde las rutinas están estandarizadas y no siempre responden a las necesidades de cada persona.

Las ventajas de la IA no se quedan nada más en el plano físico y táctico, sino que también cubren el ámbito psicológico y cognitivo. Gonzalez-Fernandes et al., (2025), elaboraron un estudio con deportistas de alto nivel en el que mostraron que los programas de entrenamiento mental apoyados por las herramientas tecnológicas, mejorando la resiliencia psicológica, la concentración y la facultad de toma de decisiones bajo mucha presión. Lewellen et al., (2025), en una investigación cualitativa, identificaron que, aunque aún existen limitaciones en la confianza que se le tiene a la tecnología, la mayoría de los deportistas aceptan el potencial de estas herramientas para fortalecer sus capacidades mentales esenciales en la competencia. De tal forma, la inteligencia artificial aporta no solo al desempeño y rendimiento físico, sino que también contribuye a la preparación emocional y cognitiva de los deportistas, los cuales necesitan que estos aspectos estén en su mejor condición ya que son fundamentales en un contexto en donde la presión de la competencia aumenta de manera rápida.

Sin embargo, el avance de la inteligencia artificial en el deporte también presenta riesgos y dilemas éticos y sociales. Carrió Sampietro (2020), señala que el uso excesivo y desmedido de algoritmos puede poner en riesgo la autonomía de los atletas, al destacar la interpretación tecnológica sobre la experiencia personal. Asimismo, la falta de transparencia de algunos sistemas expone interrogantes respecto a la veracidad y la justicia en la toma de decisiones. Estas observaciones remarcan la necesidad de marcos regulatorios que aseguren el uso responsable de la IA en el deporte, conservando y protegiendo los principios de equidad, autonomía y responsabilidad.

Las posturas futuras se inclinan a una integración mucho más estrecha entre la inteligencia artificial, realidad virtual y cualquier otra tecnología emergente, como lo es la realidad aumentada y la bioinformática. De acuerdo con Egiziano et al., (2025), el desafío será evaluar la validez y fidelidad de los simuladores y herramientas, mientras que Mateus et al., (2024), reiteran en la importancia de preparar a los entrenadores y científicos del deporte en la interpretación de datos, esquivando así una dependencia grave en los algoritmos. Con esto, la IA se ve como una herramienta que transforma y es capaz de transformar los límites del rendimiento de las personas, siempre y cuando se esté usando bajo criterios éticos y con un enfoque en el bienestar del deportista.

La rehabilitación deportiva representa uno de los ámbitos en el cual el uso de la RV ha producido un impacto más importante en los últimos años. Normalmente, los procesos de recuperación después de una lesión se han distinguido por tener una duración muy larga, que son repetitivos y en algunos casos muy pocos motivadores para los deportistas, lo que afecta directamente en el seguimiento del tratamiento. La introducción de la realidad virtual en esta área ha cambiado esta dinámica, ya que al brindar escenarios inmersivos e interactivos se aumenta la

motivación y favorece la participación constante del atleta en su proceso de recuperación. Según Almansour (2024), los datos que obtuvo en su metaanálisis muestra que el uso de la RV en la rehabilitación no solo mejora el seguimiento, sino que también agiliza la recuperación, disminuyendo el tiempo de regreso a la competencia.

Uno de los aportes más importantes de la RV en el ámbito de la rehabilitación es su habilidad para replicar movimientos específicos del deporte en un entorno seguro y controlado. Esta cualidad permite que los atletas puedan practicar algunas cuestiones técnicas sin arriesgarse a empeorar la lesión. Cariaty et al., (2024), muestran que la realidad virtual aporta significativamente a mejorar el equilibrio corporal y la estabilidad de los pacientes que están en un proceso de recuperación, estos son factores muy importantes para los deportistas que necesitan niveles muy altos de coordinación y control corporal. De esta manera, la tecnología se vuelve un apoyo ideal para la fisioterapia común, ya que aporta herramientas que fortalecen la práctica y fomenta la confianza del atleta en su progreso.

La rehabilitación que se apoya en la realidad virtual también ha demostrado contribuciones psicológicas relevantes. Al contrario de los programas convencionales, los entornos inmersivos generalmente se consideran actividades lúdicas y desafiantes, lo que aumenta la motivación intrínseca del deportista. Touloudi et al., (2025) resaltan que, los programas de ejercicio que son hechos para pacientes con obesidad, la mezcla de actividad física con la RV y consejería impulsó la percepción de autoeficacia y el compromiso con el tratamiento. Este descubrimiento puede extenderse al ámbito deportivo, en el cual la motivación y la percepción de control son factores cruciales para llegar a la meta de que los deportistas mantengan la disciplina necesaria en su rehabilitación y proceso de recuperación.

Otro elemento importante es la capacidad de personalizar la rehabilitación mediante entornos virtuales adaptativos. Gracias a la IA y al análisis de datos inmediatos, los sistemas de la realidad virtual se pueden ajustar automáticamente el nivel de dificultad de las actividades y/o ejercicios dependiendo de cómo va evolucionando la recuperación del deportista. Singh y Aleem (2024), indican que la incorporación de la inteligencia artificial y la realidad virtual en el entrenamiento deportivo permite un análisis preciso del rendimiento y facilita la creación de nuevos programas personalizados que optimizan los resultados. Esta habilidad de ajustar continuamente disminuye el riesgo de recaídas y asegura que cada sesión de rehabilitación se adapte a las necesidades personales de cada paciente.

Las pruebas científicas también señalan que la realidad virtual puede apoyar a la prevención secundaria de lesiones, es decir, a la disminución de la probabilidad de que una lesión se repita. Fernández Pérez (2020) evidencia que la simulación de movimientos en entornos virtuales controlados posibilita corregir errores técnicos y posturales que en muchos pacientes son consecuencia de sobrecargas o desbalances musculares. De este modo, la rehabilitación no solo logra la meta de recuperar al atleta, sino que también funciona como estrategia de prevención de futuros problemas.

Una ventaja extra de la rehabilitación con RV es la oportunidad de cuantificar de una forma objetiva el progreso del deportista por medio de métricas digitales precisas. De acuerdo con Almansour (2024), esta característica posibilita ajustar los programas de recuperación de manera más ágil, previniendo sobrecargas y reduciendo recaídas. En contraste a los métodos comunes, que dependen de la observación detenida de un terapeuta, la implementación de datos en tiempo real brinda evidencia cuantificable que puede compartirse entre profesionales y entrenadores para una mejor atención.

En disciplinas de alto rendimiento en las cuales el tiempo de recuperación es extremadamente importante, la realidad virtual proporciona una ventaja competitiva al hacer menores los periodos de inactividad. Richlan (2023), afirma que estrategias inmersivas ayudan a mantener la preparación mental y la conexión del deportista con su deporte durante el tiempo de rehabilitación, previniendo la desconexión que muchas veces pasa con los métodos comunes. Por lo tanto, los deportistas no solo trabajan con su recuperación física, sino que también mantienen su precisión cognitiva y su confianza en escenarios de simulación de competencia.

La rehabilitación que se apoya en la realidad virtual se ha explorado en varias disciplinas, desde deportes en equipo hasta deportes individuales. En el basketball, por ejemplo, Kenjayeve et al., (2025) confirmaron que los sistemas inmersivos permiten una supervisión más detallada del desempeño y rendimiento, y pueden incorporarse como parte del refresco progresivo al juego. En deportes de combate o de contacto, Li et al., (2025) destacan la importancia de desarrollar y entrenar la capacidad de reacción y la resistencia psicológica, inclusive en procesos de rehabilitación, ya que la realidad virtual facilita recrear situaciones de mucha presión en un entorno seguro.

No obstante, no todo es beneficioso. Carrió Sampedro (2020) señala que el usar estas herramientas tecnológicas también presenta retos éticos, como lo es la equidad en el acceso a tecnologías muy costosas y la necesidad de asegurar que la tecnología enriquezca y no reemplace el trabajo humano en la fisioterapia o en la preparación física. De esta forma, la integración de la realidad virtual en la rehabilitación debe entenderse como un complemento en la práctica clínica y no como una sustitución de la interacción del atleta con el profesional de la salud.

El deporte en equipo, por su naturaleza, necesita del progreso paralelo de habilidades

técnicas, tácticas, cognitivas y emocionales que dejen al deportista integrarse en la dinámica del equipo. La RV y los sistemas inmersivos han evidenciado ser herramientas de mucha ayuda en este contexto, ya que brindan escenarios que simulan las exigencias que proporcionan los deportes y facilitan entrenar tanto el rendimiento y desempeño personal como la coordinación del equipo en un entorno seguro y controlado. La capacidad de reproducir partidos difíciles, situaciones de mucha presión competitiva y decisiones muy rápidas bajo condiciones realistas vuelve a los simuladores en una herramienta pedagógica que refuerza de manera significativa el entrenamiento tradicional.

Kenjayeve et al., (2025) examinaron la aplicación de un sistema inmersivo en jugadores de basketball, descubriendo mejoras en el monitoreo del rendimiento y en la capacidad de ajustar estrategias inmediatamente durante el entrenamiento. Esta clase de herramientas posibilita evaluar con precisión elementos como la velocidad de reacción, el control de la postura y la toma de decisiones en tiempo real. En contraste a los entrenamientos tradicionales, donde el feedback depende de las observaciones del entrenador, los sistemas inmersivos proporcionan métricas objetivas y detalladas que permiten la identificación de áreas de oportunidad y la optimización del desempeño y rendimiento.

En el béisbol, Wilkins et al., (2024) propusieron un marco de trabajo para implementar la RV en reforzamiento del performance psicológico de los jugadores. La investigación menciona que los entrenamientos inmersivos permiten que los bateadores se enfrenten a lanzamientos simulados que pueden reproducir la velocidad, ángulo y trayectoria de lanzamientos de rivales en específico, lo que ayuda a mejorar la capacidad de anticipación y la preparación mental. Esta perspectiva sobrepasa lo técnico para influir en la autoconfianza del jugador, debido a que la exposición constante a situaciones de riesgo reduce la ansiedad e

incrementa la sensación de control durante un juego real.

De igual manera, Najami y Ghannam (2025) pusieron en práctica un sistema de entrenamiento inmersivo en jugadores de tenis, enseñando cómo el feedback inmediato sobre la técnica de golpeo permite corregir errores en ese mismo momento y mejorar y perfeccionar la precisión del movimiento. A pesar de que se trata de un deporte individual, esta investigación es muy importante para los deportes en equipo, ya sea en sincronización de jugadas, la coordinación de los pases o la reacción a estímulos inesperados. El factor decisivo de estas intervenciones se basa en la capacidad de la realidad virtual para generar escenarios y experiencias realistas, que, a la vez, mantienen un grado alto de seguridad para los deportistas.

La confiabilidad y validez de los simuladores representan un elemento indispensable en el entrenamiento inmersivo. Egiziano et al., (2025), resaltan la importancia de asegurar que la transparencia de habilidades desde el entorno virtual al real sirva efectivamente, pues de no ser así, el entrenamiento no tendría valor práctico. En deportes en equipo, esta confiabilidad se puede traducir como la necesidad de que los simuladores recreen con precisión la dinámica del juego, los patrones de movimiento y la colaboración entre jugadores. Witte et al., (2025) agregan que los sistemas inmersivos basados en interpretación visual son especialmente efectivos para fortalecer la coordinación ojo-mano y la percepción del espacio, competencias sumamente importantes en deportes como el basketball, el fútbol o también el hockey, en donde la velocidad y la precisión de las acciones determinan el rumbo de la competencia.

El entrenamiento inmersivo también ofrece beneficios en el ámbito cognitivo y emocional. Li et al., (2025), registran que, en deportes de combate, la realidad virtual estimula la toma de decisiones bajo presión y la habilidad

de reaccionar ante situaciones inesperadas. Este descubrimiento puede cubrir igualmente deportes colectivos, en los cuales los deportistas se enfrentan habitualmente escenarios que cambian mucho que requieren respuestas y decisiones rápidas y efectivas. Al entrenar en entornos inmersivos, los deportistas no solamente generan capacidades motoras, sino que también la resiliencia psicológica que se necesita para mantenerse concentrados en momentos muy importantes del juego.

La implementación de la IA con la RV impulsa aún más el calor del entrenamiento inmersivo. Singh y Aleen (2024) mencionan que la combinación de las dos tecnologías facilita la creación de simulaciones dinámicas que se adaptan en tiempo real a las capacidades del atleta. Por ejemplo, en un partido de fútbol simulado, los algoritmos pueden cambiar la velocidad de los contrincantes virtuales o la dificultad de las jugadas dependiendo del rendimiento y desempeño del deportista. Mateus et al., (2024) añaden que la inteligencia artificial ha reforzado la importancia del científico del deporte en equipos, permitiendo administrar la carga de entrenamiento y analizar el efecto de los escenarios inmersivos en el rendimiento físico y mental de los deportistas.

Otro beneficio de los entrenamientos inmersivos en deportes en equipo es la capacidad de preparar a los deportistas para enfrentarse a condiciones extraordinarias que casi nunca se pueden recrear en las prácticas normales. Richlan (2023) argumenta que el entrenar en entornos virtuales facilita simular escenarios dinámicos de alta dificultad, como partidos contra rivales de un nivel alto, situaciones climáticas adversas o situaciones de extrema presión, sin arriesgar al equipo a peligros o costos extras de recrear estas condiciones en la vida real. Esta habilidad de recrear varias variables brinda una ventaja estratégica significativa, ya que facilita que el equipo esté preparado para diferentes escenarios de competencia y crear respuestas que tengan una alta efectividad.

El entrenamiento inmersivo, aparte, apoya a la cohesión grupal. Al afrontar juntos situaciones virtuales que requieren coordinación y comunicación, los atletas fortalecen los vínculos con el equipo y desarrollan dinámicas de cooperación más efectivas. Este punto es crucial en los deportes de equipo, donde la colaboración entre los jugadores del equipo es extremadamente importante al igual que sus capacidades individuales. De esta forma, los sistemas inmersivos no solo refuerzan las habilidades técnicas y tácticas, sino que también benefician la creación de la identidad y cohesión del equipo.

A través del tiempo se ha reconocido que el rendimiento de los atletas no depende únicamente de sus capacidades físicas, influyen factores psicológicos y cognitivos como la concentración, toma de decisiones bajo presión, resiliencia emocional, entre otros factores. Tecnologías como la inteligencia artificial y realidad virtual son herramientas que permiten explorar nuevas experiencias inmersivas donde intervienen cuerpo y mente, convirtiéndose en un instrumento innovador que genera escenarios donde los atletas pueden enfrentarse a situaciones exigentes sin sufrir riesgos de un entrenamiento.

Existe evidencia que demuestra el impacto que tienen los entrenamientos virtuales en la concentración de los deportistas. Lachowicz et al., (2025) demostraron que la atención sostenida y funciones ejecutivas de jugadores de e-sports mejoraron mediante sesiones de entrenamiento de realidad virtual. De igual manera, González Fernández, Fahimi y Brini (2025) han probado que estas prácticas favorecen la toma de decisiones bajo presión, recuperación fisiológica y la resiliencia psicológica, temas de suma importancia en deportes de alto rendimiento.

Se ha destacado el papel importante que juega la realidad virtual en la regulación emocional. Yildiz Ozturk (2025) llegó a la conclusión que la exposición a estos entornos

incrementa la motivación reforzando la confianza y motivación, permitiendo a los deportistas tener una capacidad de respuesta más eficiente en ambientes bajo presión. Singh y Aleem (2024) mencionan que los entrenamientos con inteligencia artificial al ser personalizados aumentan la confianza porque se ajusta al rendimiento individual de cada atleta.

Richlan (2023) señala que la realidad favorece en el aprendizaje motor, por otro lado, Witte et al., (2025) mencionan que la coordinación y percepción espacial mejora significativamente. Lo que impacta directamente en la reducción de la ansiedad competitiva; cuando expones a deportistas a situaciones donde simulan escenarios estresantes tienen una mayor capacidad de control sobre sus emociones además de aportar a la parte técnica.

Asimismo, el entrenar en entornos inmersivos también se ha relacionado con mejoras en la memoria de trabajo y en la velocidad con la cual procesan la información; estas son variables indispensables en disciplinas de mucha velocidad como lo es el hockey o el automovilismo. Lachowicz et al., (2025), resaltan que el contacto constante con estímulos dinámicos en realidad virtual, potencia la flexibilidad cognitiva, facilitando procesar información difícil en menos tiempo y bajo presión. Estos resultados confirman que el entrenamiento virtual no solo hace que la técnica se perfeccione, sino que también mejora la preparación mental para situaciones inesperadas, cambiantes y de alta exigencia competitiva.

Estos estudios nos demuestran que tanto los efectos psicológicos y cognitivos del entrenamiento utilizando IA y VR aportan a la preparación integral de los atletas. Todos están de acuerdo que estas tecnologías además de fortalecer la concentración y regulación emocional aportan a la concentración y confianza personal. A pesar de que existen varias limitaciones debido a la accesibilidad, los beneficios demuestran que estas herramientas son

claves para incrementar y la preparación mental y emocional dentro del mundo del deporte.

Uno de los retos tiene que ver con la autonomía de los atletas. Los algoritmos hechos para identificar o predecir lesiones pueden sugerir cargas de trabajo que limitan las decisiones que los entrenadores y deportistas podrían tomar. Hay que tomar en cuenta el costo poco accesible lo que limita el acceso a estas herramientas únicamente a instituciones que cuentan con los recursos, generando una clara distinción en el desempeño de atletas de menos recursos a los de “élite”. Egiziano et al., (2025)

Es importante tomar en cuenta el riesgo en la privacidad de datos, la información psicológica y física recopilada en la base de datos puede ser utilizada de manera indebida si estos datos no son protegidos adecuadamente los derechos de los deportistas. Mateus et al., (2024). Aunque ya se reconoce la importancia de sigue existiendo desconfianza y muchas dudas acerca de su uso, por lo que limita la aceptación de estas tecnologías y poniendo en duda su eficacia. Lewellen (2025).

A esta discusión se le agrega la cuestión de la propiedad de datos creados en entrenamientos virtuales, ¿son propios del atleta, al club o al proveedor de la tecnología? Carrió Sampetro (2020) alerta que la falta de reglas claras abre la puerta a transferencias contractuales perjudiciales de información sensible. Debido a que los registros biométricos y cognitivos tienen un valor económico que va en incremento, es crucial definir marcos que aseguren consentimiento informado, movilidad de datos y límites de uso, y que prevengan sesgos en procesos de selección y evaluación (Mateus et al., 2024).

Otro elemento ético muy importante es la diferencia tecnológica que se crea ante los deportistas de élite y de los que no tienen los recursos para acceder a estas nuevas herramientas tecnológicas. Carrió Sampetro (2020) resalta que

esta brecha puede hacerse más profunda si no se tienen políticas de acceso equitativo. Lewellen (2025) agrega que la aceptación de estas innovaciones depende también de la confianza que los usuarios le tienen, quieren ver la tecnología como un apoyo siempre que no reemplace la autonomía del deportista ni su relación con el entrenador.

También debe de tenerse en consideración el efecto psicológico que puede tener la dependencia excesiva de estas herramientas. Lewellen (2025) informa que, si los deportistas solo se apoyan y confían en los sistemas virtuales para comprobar su desempeño y rendimiento, se podrían empezar a experimentar inseguridades al enfrentarse a escenarios en la vida real en donde no cuenten con una retroalimentación inmediata. Este suceso pone sobre la mesa la necesidad de equilibrar el uso de la inteligencia artificial y la realidad virtual con estrategias tradicionales que hagan más fuerte la autonomía y la autoconfianza del deportista.

La evidencia indica que en cuanto al futuro se espera que estos sistemas cada vez sean más realistas. Singh y Aleem (2024) esperan el desarrollo de modelos de preparación que incluya cuerpo y mente. Mateus et al., (2024) han hecho especial énfasis en la necesidad de preparar a los entrenadores y especialistas para interpretar de manera certera los datos de estas tecnologías sin generar una dependencia, para que así, se pueda hacer un uso conjunto de su expertis con estas herramientas. Egiziano et al., (2025) mencionan la importancia de la fidelidad de los entrenamientos puedan aplicarse en la realidad, mientras que Wang et al., (2025) dicen que los escenarios inmersivos deberían adaptarse al progreso de los atletas automáticamente. Lewellen (2025) recalca que el éxito de estas innovaciones más bien depende del nivel de aceptación al igual que el uso responsable y ético.

En el plazo inmediato, también se percibe la integración de realidad aumentada con realidad virtual, generando entornos híbridos que mezclan

métricas y líneas de acción en tiempo real durante el tiempo que el deportista esté entrenando. Esta integración dejará visualizar cargas internas, trayectorias y análisis tácticos mientras se hacen las tareas. Según Wang et al., (2025), la mezcla de la realidad aumentada y la realidad virtual aumentará la precisión de la retroalimentación y la motivación, al mezclar en una sola experiencia la dimensión física, cognitiva y estratégica, su adaptación dependerá de asegurar la confiabilidad y transferencia al campo (Egiziano et al., 2025).

Este análisis nos demuestra que la implementación de la realidad virtual e inteligencia artificial implican un cambio en el deporte. Estos mejoran procesos de preparación emocional y psicológica, rehabilitación, entrenamiento y sobre todo serían muy útiles en deportes de alto rendimiento. Pero es importante alinearse a políticas equitativas y una ética sólida. Carrió Sampredo (2020) advierte que para que esta transformación sea posible se necesita que esta tecnología solo sea utilizada como una herramienta aliada y no como un reemplazo del conocimiento humano.

En definitiva, el cambio es inevitable y la implementación de estas herramientas tecnológicas pronto podría ser una realidad para muchos más atletas y entrenadores, sin embargo, su éxito depende de cómo se implementen e integren, manteniendo los valores humanos que forman el deporte y equilibrando el uso de estas tecnologías con el expertis humano.

En conclusión, la IA y la RV destacan un momento de evolución en el deporte contemporáneo. Su efecto dependerá de las capacidades de los atletas, entrenadores, científicos y organizadores para integrarlas con una mentalidad de equidad, transparencia y autonomía, de manera que impulsen el rendimiento sin reemplazar la agencia humana. Los resultados anteriormente revisados indican que quienes empiecen a usar estas herramientas con una visión estratégica y ética tendrán ventajas sostenibles, mientras que su uso incorrecto puede

generar y profundizar brechas de desigualdad. La meta, por el momento, es un despegar tecnológico ambicioso y, al mismo tiempo, humanamente responsable. En este contexto, resulta crucial que las instituciones deportivas, profesionales y formativas, implementen programas de capacitación que asistan la adopción de estas herramientas. Como mencionan Singh y Aleem (2024), el potencial real de la inteligencia artificial y de la realidad virtual llegará cuando se mezclen con el criterio profesional de los entrenadores y científicos del deporte. De esta manera, no solo mejora el rendimiento individual, sino que se asegura que la transformación digital en el deporte esté posicionada a la par de los valores humanos, éticos y educativos que van más allá de la competencia.

De frente al futuro, el reto será asegurar que los avances tecnológicos no cambien el deporte y lo transformen en una actividad exclusivamente dependiente de sistemas automatizados, sino que lo hagan más fuerte y lo hagan un espacio de convivencia, identidad y valores compartidos.

Método

El presente estudio se realizó con un enfoque mixto, integrando así métodos cuantitativos y cualitativos con el fin de analizar el conocimiento, uso, percepción e interés hacia la RV y la IA en el ámbito del entrenamiento deportivo. Con el enfoque cuantitativo, se midieron tendencias generales con preguntas cerradas, escalas y frecuencias de respuesta. Al mismo tiempo, con el enfoque cualitativo, se pudo observar y explorar experiencias, opiniones y expectativas mediante preguntas abiertas, ofreciendo un entendimiento más completo y profundo del fenómeno.

El diseño de fue investigación - exploratorio, ya que tuvo como objetivo describir el estado actual de la implementación de tecnologías emergentes en el deporte y explorar las posibilidades de su adopción. El instrumento principal fue un cuestionario digital estructurado,

creado en Google Forms y conformado por preguntas abiertas para poder abarcar más información con las respuestas y preguntas cerradas de opción múltiple, de escala del 1 al 5.

La recolección de datos se hizo por medio de la distribución del cuestionario digital en redes sociales, grupos deportivos universitarios y contactos directos. Al principio, se aplicó una encuesta piloto en donde se tuvieron 13 respuestas, lo que permitió evaluar la pertinencia, claridad y secuencia de las preguntas. Después de esa revisión, el instrumento se ajustó y se continuó con su aplicación general.

Hasta el momento del análisis, se habían obtenido 111 respuestas, conformando la muestra total para este avance. La muestra fue no probabilística por conveniencia, integrada por deportistas, entrenadores y estudiantes vinculados al ejercicio físico y al deporte. La población encuestada incluyó a deportistas de diferentes disciplinas - entre ellas natación, fútbol, básquetbol, baile, artes marciales, atletismo, pádel y softbol - así como deportistas recreativos, amateur competitivos y semiprofesionales. Esta variedad permitió obtener una visión muy amplia y representativa del uso de las nuevas tecnologías en el entrenamiento deportivo.

Grupo social, población y muestra

La investigación se llevará a cabo en la Universidad Anáhuac Querétaro, la cual forma parte de las 10 de universidades de la Red Anáhuac, la cual ofrece más de 30 licenciaturas y cuenta con al menos 12 equipos representativos deportivos.

La población del estudio está formada por 320 alumnos de la carrera de Dirección de Empresas de Entretenimiento, tomando en cuenta que hay 12 grupos de y por grupo de cada 20 personas debe haber 9 que practiquen deporte aproximadamente.

El tamaño de la muestra es de 110 personas de sexo indistinto con un rango de edad

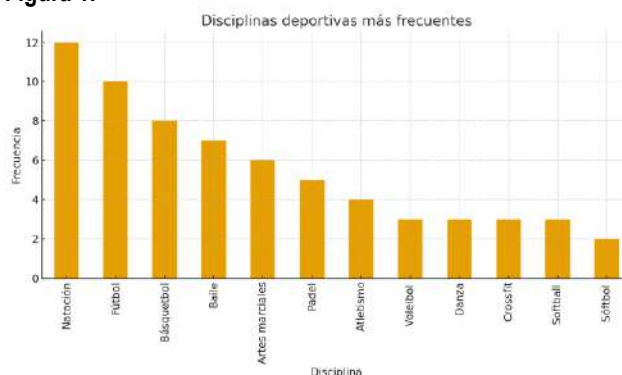
de 18 a 24 años que formen parte de algún equipo representativo deportivo, o que realicen un deporte con regularidad a nivel más profesional.

Resultados

Las respuestas cualitativas fueron procesadas por medio de codificación temática, lo que permitió identificar ideas frecuentes relacionadas con las ventajas que te dan las tecnologías, las limitaciones, riesgos y expectativas de los participantes. Estos aportes ayudaron a la interpretación de los datos cuantitativos para poder tener una visión extensa.

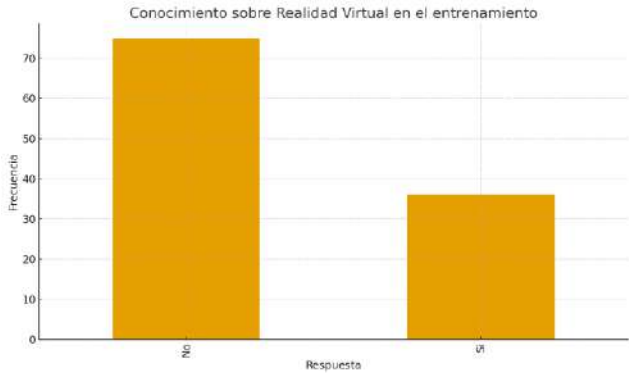
Los datos cuantitativos se analizaron por medio de la estadística descriptiva, usando frecuencias y porcentajes para identificar tendencias principales. Este análisis permitió evaluar variables como el conocimiento que se tenía previamente de la realidad virtual e inteligencia artificial, uso actual de estas tecnologías y disposición para incorporarlas al entrenamiento. Con estas respuestas se generaron figuras gráficas que muestran las distribuciones más relevantes. A continuación, se presentan las figuras obtenidas durante el análisis:

Figura 1.



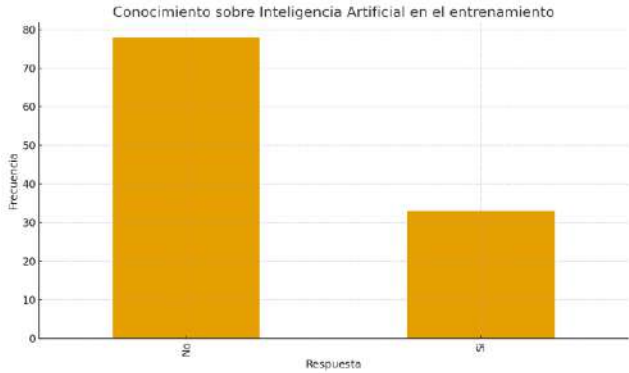
En esta figura se puede observar que las disciplinas que más se practican entre los participantes de la encuesta fueron natación, fútbol, basquetbol, baile y artes marciales. Esta distribución evidenció que la encuesta estuvo conformada principalmente por deportistas de actividades aeróbicas y de coordinación, lo cual permitió tener una perspectiva más amplia sobre el uso de la VR y la IA en varios deportes.

Figura 2.



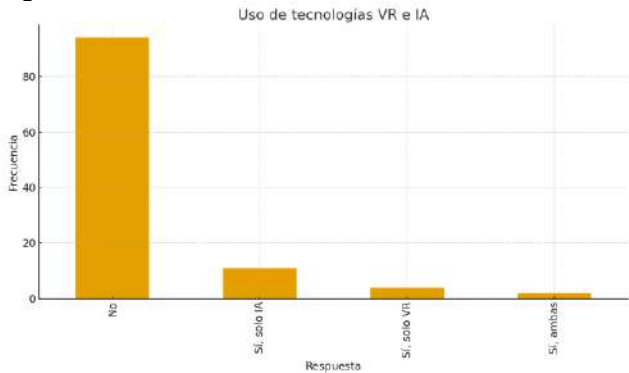
En esta figura se observó que casi todos los encuestados indicó no saber sobre la aplicación de la RV en el entrenamiento deportivo. Este hallazgo mostró un bajo nivel de familiaridad con esta tecnología, lo que sugiere que su difusión en el deporte aún es muy poca.

Figura 3.



La figura 3 muestra que el conocimiento de la IA también es poco entre los encuestados. Más de 2/3 señalaron no conocer su uso en el entrenamiento deportivo, lo cual se alinea con los resultados obtenidos con respecto a la realidad virtual e indica que aún falta información sobre herramientas tecnológicas aplicadas en el deporte.

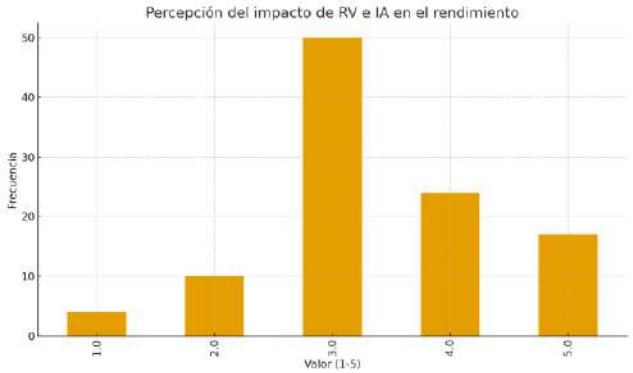
Figura 4.



La figura 4 evidenció que casi todos los encuestados no habían usado ninguna de las tecnologías en su entrenamiento deportivo. Entre quienes reportaron su uso, fue mayor el número

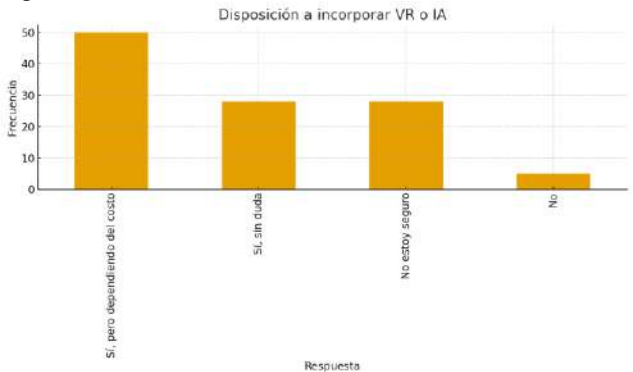
de personas que contestaron que han usado la IA sobre la RV. Estos resultados mostraron que, aunque existe interés en su implementación, el uso real de estas tecnologías aún es baja.

Figura 5.

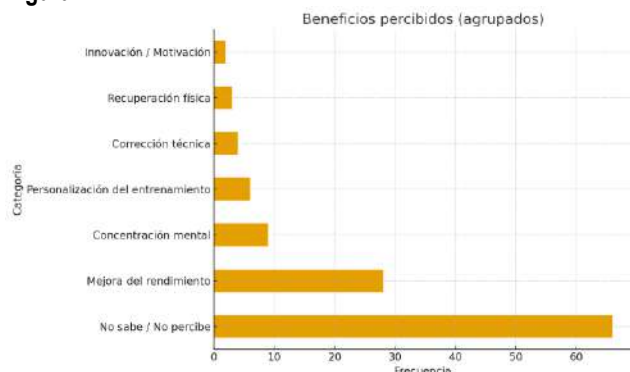


En la figura 5 se apreció que la valoración más frecuente fue 3 en la escala del 1 al 5, después las puntuaciones de 4 y 5. Esto indicó que los participantes percibieron que las tecnologías podrían tener un impacto considerable en su rendimiento deportivo, Pese a ellos, aun existió un grupo pequeño que contestó una puntuación baja, lo cual indica dudas o desconocimiento sobre su efectividad.

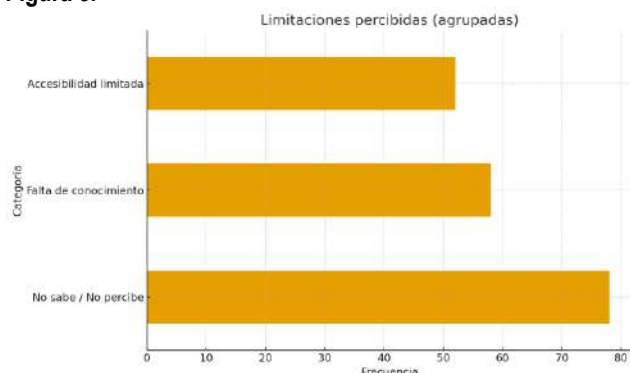
Figura 6.



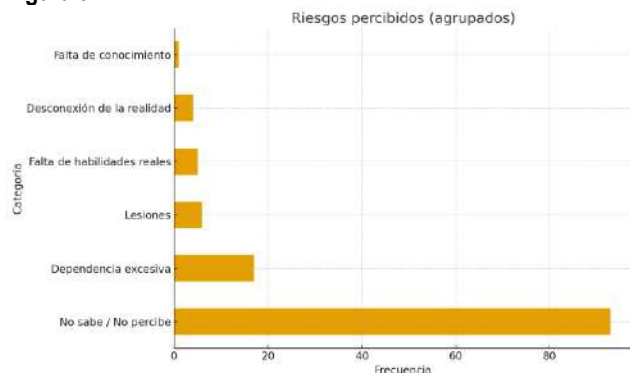
La figura 6 mostró que una gran parte de los encuestados estaría dispuesto a utilizar tecnologías, específicamente si el costo es accesible. Un grupo más pequeño expresó entusiasmo incondicional, mientras que algunas personas dijeron que no estaban dispuestos a usar estas tecnologías. Esto indicó que la principal limitación no es la falta de interés, sino el costo.

Figura 7.

La figura 7 muestra que los participantes identificaron principalmente la mejora del rendimiento como la ventaja más relevante. También mencionaron la concentración, la personalización del entrenamiento y la corrección técnica. Un grupo más pequeño mencionó motivación, recuperación o no supieron identificar beneficios concretos.

Figura 8.

La figura muestra que las principales limitaciones son la falta de conocimiento para usar la tecnología y accesibilidad limitada. También se mencionaron el costo y algunos malestares físicos, aunque algunas personas no identificaron limitaciones específicas.

Figura 9.

La figura muestra que el riesgo más frecuente fue la dependencia a la tecnológica. Otros riesgos, como lesiones o desconexión de la realidad, fueron menos frecuentes, y una

parte importante de los participantes no identificaron riesgos claros.

Los resultados muestran que casi todos los deportistas encuestados no han utilizado la inteligencia artificial o la realidad virtual, pero sí se sabe de su potencial, específicamente para el rendimiento, la concentración y la personalización del entrenamiento. Esto coincide con lo estudiado por Singh y Aleem (2024) y Richlan et al. (2023), los cuales mencionan que estas tecnologías pueden optimizar el desempeño físico y cognitivo, aunque aún son poco accesibles. También se relaciona con lo que Almansour (2024) menciona, que son los beneficios en rehabilitación, un aspecto que mencionan varios de los participantes. Las limitaciones percibidas - costo, accesibilidad y falta de conocimiento - coinciden con lo que se reporta en los estudios, mientras que los riesgos mencionados fueron pocos, lo que puede reflejar un desconocimiento general más que una falta real de efectos adversos.

El estudio mostró que el uso y el conocimiento de la inteligencia artificial y la realidad virtual en el deporte es bajo, pero los deportistas si pueden ver beneficios significativos que pudieran mejorar su rendimiento y entrenamiento. Las principales barreras fueron el costo y la falta de capacitación, y el riesgo que se mencionó más fue la dependencia a la tecnología. A pesar de ello, existe una actitud positiva hacia su implementación en un futuro, lo que indica que con más accesibilidad y formación estas tecnologías podrían utilizarse de manera efectiva.

Conclusión

La presente investigación permitió entender, desde una perspectiva integral, cómo la RV y la IA se están posicionando dentro de la industria del deporte y el entrenamiento, al igual que comprender la percepción, el conocimiento y la disposición que tienen los atletas hacia estas nuevas tecnologías. El estudio surgió de la necesidad de explorar cómo la innovación digital está cambiando diferentes áreas del deporte y de

poder identificar si los deportistas, entrenadores y estudiantes están preparados para poder empezar a implementar herramientas tecnológicas avanzadas que podrían beneficiar su rendimiento y sus resultados. Desde el comienzo de la investigación, se estableció como objetivo conocer el nivel de familiaridad con estas tecnologías, sus ventajas y riesgos percibidos, al igual que las barreras que dificultan su implementación.

Mediante un enfoque mixto, que mezcló un análisis cuantitativo y cualitativo, fue posible obtener una versión amplia y detallada del fenómeno. La aplicación de una encuesta piloto y después una muestra más amplia permitió validar el instrumento y recopilar información suficiente para analizar tendencias y percepciones reales. Este proceso confirmó que una gran parte de los participantes no ha usado la inteligencia artificial ni la realidad virtual en su entrenamiento y que conocimiento sobre estas tecnologías es muy limitado. No obstante, también reveló que, aunque su experiencia es poca, los deportistas reconocen un muy alto potencial en estas herramientas, resaltando beneficios que se relacionan con la mejora del rendimiento deportivo, la concentración, una mejora en la técnica y la personalización del entrenamiento deportivo.

La investigación también mostró barreras importantes que explican el poco uso de estas tecnologías, principalmente el costo, la accesibilidad y la falta de información y conocimiento para operarlas. Estos descubrimientos se alinean con lo reportado en las investigaciones científicas, que indican que la implementación de la realidad virtual y la inteligencia artificial en el deporte necesita no solo de equipos especializados, sino que también necesita procesos de capacitación y acompañamiento profesional. Por otra parte, los riesgos percibidos fueron relativamente bajos, mencionando sobre todo la dependencia a la tecnología y la posibilidad de lesionarse por un mal uso. Esto revela que los atletas sienten mayor

inseguridad por la falta de familiaridad que por experiencia negativas anteriores.

Finalmente, esta investigación no solo aportó datos relevantes sobre la percepción actual de estas herramientas, sino que también abrió nuevas preguntas y ramas de investigación sobre cómo se pudieran implementar de una manera ética, segura y eficiente. La mezcla entre el conocimiento humano y las herramientas digitales representa un futuro muy prometedor para el deporte, en el cual la tecnología no reemplaza al deportista ni al entrenador, sino que se convierte en un recurso para potenciar sus capacidades. La conclusión general de esta investigación es que la inteligencia artificial y la realidad virtual tienen el potencial de transformar notablemente la forma de entrenar, aprender y mejorar, y que su implementación en la industria del deporte es una tendencia inevitable que necesita ser acompañada con accesibilidad, formación y una visión estratégica a largo plazo.

Anexos

Tabla 1.
Ficha de trabajo 1.

Título	Enhancing sports training: The synergy of AI and VR in athletic performance optimization
Autor (es)	Singh, Y. W. B., & Aleem, M.
Concepto	IA y VR aplicadas a la optimización del rendimiento deportivo.
Teoría y cita	Según Singh y Aleem (2024), la mezcla de la IA y la VR en el entrenamiento deportivo permite que el análisis del desempeño, del rendimiento y la creación de escenarios de práctica inmersivos que sirven para optimizar la preparación mental y física de los deportistas, sea más precisa.
Bibliografía	Singh, Y. W. B., & Aleem, M. (2024). Enhancing sports training: The synergy of AI and VR in athletic performance optimization. International Journal Of Physiology Nutrition And Physical Education, 9(1), 174-177. https://doi.org/10.22271/journalofsport.2024.v9.i1c.2914
Nota	Esta cita será utilizada para fundamentar la

	importancia de la innovación tecnológica en el entretenimiento deportivo.
--	---

Fuente: elaboración propia, de acuerdo a fuentes de consulta

Tabla 2.
Ficha de trabajo 2.

Título	Uso de Realidad Virtual y Realidad Aumentada para el entrenamiento de actividades físicas
Autor (es)	Fernández Pérez, Raúl
Concepto	La captura de movimiento y los RVY usan VR y AR para entrenar actividades físicas de forma inmersiva.
Teoría y cita	"Se posibilita su uso a todo tipo de públicos sin la necesidad de tener que desplazarse hasta el lugar donde normalmente se realizan estas actividades" (Fernández Pérez, 2020, p. 2).
Bibliografía	Fernández Pérez, R. (2020). <i>Uso de realidad virtual y realidad aumentada para el entrenamiento de actividades físicas</i> [Trabajo de fin de grado, Universidad Complutense de Madrid]. Repositorio Institucional UCM. Recuperado de https://eprints.ucm.es/62954/
Nota	El texto evidencia cómo la RV y la IA no solo transforman el entrenamiento, sino que tienen un impacto directo en la educación física, la salud y la accesibilidad, ampliando el alcance de entrenadores y programas personalizados.

Fuente: elaboración propia, de acuerdo a fuentes de consulta.

Tabla 3.
Ficha de trabajo 3.

Título	The Effectiveness of Virtual Reality in Rehabilitation of Athletes: A Systematic Review and Meta-Analysis
Autor (es)	Almansour, A. M.
Concepto	Eficacia de la Realidad virtual en la rehabilitación de atletas.
Teoría y cita	Según Almansour (2024), la VR es una herramienta muy efectiva para la rehabilitación de los deportistas, porque facilita el seguimiento al tratamiento, aumenta la motivación y brinda retroalimentación inmediata.
Bibliografía	Almansour, A. M. (2024). The Effectiveness of Virtual Reality in Rehabilitation

	of Athletes: A Systematic Review and Meta-Analysis. Journal Of Pioneering Medical Science, 13(4), 147-154. https://doi.org/10.61091/jpms202413423
Nota	Esta cita será utilizada para aportar los beneficios clínicos y de rehabilitación física en el uso de VR.

Fuente: elaboración propia, de acuerdo a fuentes de consulta.

Tabla 4.
Ficha de trabajo 4.

Título	Algunas consideraciones éticas sobre la aplicación de la inteligencia artificial en el deporte
Autor (es)	Carrió Sampedro, Alberto
Concepto	Aplicaciones y riesgos éticos de la inteligencia artificial en el deporte.
Teoría y cita	Según Carrió Sampedro (2020), la IA nos brinda varias ventajas en el deporte, pero también presenta muchos riesgos importantes como lo es la manipulación de los atletas, desigualdades y la pérdida de la autonomía. Para que estos riesgos se contrarresten el autor sugiere principios éticos fundamentales, justicia, transparencia y responsabilidad.
Bibliografía	Carrió Sampedro, A. (2020). Algunas consideraciones éticas sobre la aplicación de la inteligencia artificial en el deporte. <i>Citius, Altius, Fortius</i> , 13(2), 23-35. https://doi.org/10.15366/citius2020.13.2.004
Nota	La cita se usará en el apartado de Antecedentes y riesgos éticos del marco teórico, para contextualizar los efectos positivos y negativos de la IA en el deporte.

Fuente: elaboración propia, de acuerdo a fuentes de consulta.

Tabla 5.
Ficha de trabajo 5.

Título	Virtual training, real effects: a narrative review on sports performance enhancement through interventions in virtual reality
Autor (es)	Richlan, F., Weiß, M., Kastner, P., & Braid, J.
Concepto	Impacto del entretenimiento virtual en la mejora del rendimiento deportivo.

Teoría y cita	Richland, Weiß, Kastner y Braid (2023) explican que los entrenamientos virtuales pueden generar efectos reales en el rendimiento, ya que proporcionan una simulación segura y controlada, adaptándose a las necesidades del deportista.
Bibliografía	Richlan, F., Weiß, M., Kastner, P., & Braid, J. (2023). Virtual training, real effects: a narrative review on sports performance enhancement through interventions in virtual reality. <i>Frontiers In Psychology</i> , 14. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1240790
Nota	Esta cita será utilizada para apoyar la relación entre intervenciones virtuales y resultados en el desempeño.

Fuente: elaboración propia, de acuerdo a fuentes de consulta.

Tabla 6.

Título	Virtual Reality (VR) for Mental Skills Training in Elite Athletes: A Quasi-Experimental Study.
Autor (es)	Francisco Tomas Gonzalez-Fernandes; Mahdi Fahimi; Seifeddine Brini.
Concepto	Estudio cuasi-experimental que examina la satisfacción del entrenamiento cognitivo asistido por la realidad virtual (con biofeedback y escenarios deportivos) frente a los métodos tradicionales que utilizan los deportistas profesionales.
Teoría y cita	Gonzalez-Fernandes, Fahimi y Brini (2025) propone que la realidad virtual inmersiva, puede superar los métodos tradicionales de entrenamiento cognitivo al incluir mejoras en la resiliencia mental, regulación autónoma y la toma de decisiones rápida bajo presión.
Bibliografía	Gonzalez-Fernandes F. T., Fahimi M., Brini S. (2025). <i>Virtual Reality (VR) for Mental Skills Training in Elite Athletes: A Quasi-Experimental Study</i> . <i>AI and Tech in Behavioral and Social Sciences</i> . https://doi.org/10.61838/kman.aitech.3.3.10
Nota	Útil para respaldar el uso de tecnologías inmersivas en el entrenamiento psicológico de los deportistas.

Ficha de trabajo 6.

Fuente: elaboración propia, de acuerdo a fuentes de consulta.

Tabla 7.

Título	An adaptive AI-based virtual reality sports system for adolescents with excess body weight: a randomized controlled trial
Autor (es)	Zhonghan Zhao; Wenhao Chai; Shengyu Hao; Wenhao Hu; Guanhong Wang; Shidong Cao; Mingli Song; Jenq-Neng Hwang; Gaoang Wang.
Concepto	Análisis sobre aplicaciones de deep learning en los deportes, que se administra en 3 capas: percepción, comprensión y en la toma de decisiones
Teoría y cita	Tse, Kim, Wu y colaboradores (2025) señalan que un entrenamiento basado en inteligencia artificial puede generar mejoras físicas, como la reducción de masa grasa comparable al deporte físico, al igual que beneficios psicológicos y cognitivos en adolescentes con exceso de peso.
Bibliografía	Zhao Z., Chai W., Hao S., et al. (2023). <i>A Survey of Deep Learning in Sports Applications: Perception, Comprehension, and Decision</i> . <i>arXiv:2307.03353</i> . https://doi.org/10.48550/arXiv.2307.03353 .
Nota	Respalda el uso de la IA con la RV para los adolescentes y resultados fisiológicos.

Ficha de trabajo 7.

Fuente: elaboración propia, de acuerdo a fuentes de consulta.

Tabla 8.

Título	Athlete perceptions of virtual reality and barriers to its use in sport: A qualitative examination.
Autor (es)	Jarad A. Lewellen; Eric Baker; Peter R. Giacobbi Jr.
Concepto	Estudio cualitativo sobre cómo los atletas perciben el uso de la realidad virtual y los obstáculos que existen para su adopción en el uso del deporte.
Teoría y cita	Lewellen, Baker y Giacobbi (2025) explican que, los atletas obtienen beneficios en el uso de la RV en los entrenamientos, la aplicación se ve limitada por barreras como el precio, la incomodidad física y la actitud.
Bibliografía	Lewellen J. A., Baker E., Giacobbi P. R. Jr. (2025). <i>Athlete perceptions of virtual reality and barriers to its use in sport: A qualitative examination</i> . <i>PLOS ONE</i> . https://doi.org/10.1371/journal.pone.0320225 .
Nota	Centrada en la aceptación y factores contextuales.

Ficha de trabajo 8.

Fuente: elaboración propia, de acuerdo a fuentes de consulta.

Tabla 9.

Título	Effectiveness of virtual reality games on the specific sport skills of adolescents.
Autor (es)	Bilgetekin Burak Günar, Özhan Bavlı
Concepto	Evalúan la efectividad en los juegos de realidad virtual sobre las habilidades deportivas en adolescentes.
Teoría y cita	Günar y Bavlı (2025) analizan el uso de la realidad virtual, en el entrenamiento habitual en las canchas, resulta ser un método donde se potencia mejor las destrezas de los atletas. Esto se debe a que la simulación inmersiva que ofrecen estos juegos estimula la repetición constante y facilita la obtención de habilidades motoras necesarias para el deporte.
Bibliografía	Günar, B. B., & Bavlı, Ö. (2025). Effectiveness of virtual reality games on the specific sport skills of adolescents. <i>BMC Sports Science, Medicine and Rehabilitation</i> . https://doi.org/10.1186/s13102-025-00900-7
Nota	Esta cita será utilizada para comprobar el uso de la RV sobre la población adolescente.

Ficha de trabajo 9.

Fuente: elaboración propia, de acuerdo a fuentes de consulta.

Tabla 10.

Título	Virtual reality and sports performance: a systematic review of randomized controlled trials exploring balance.
Autor (es)	Cariati I, Bonanni R, Cifelli P, D'Arcangelo G, Padua E, Annino G and Tancredi V.
Concepto	Examinación sistemática de ensayos aleatorizados que analizan el efecto que tiene la realidad virtual sobre el equilibrio en contextos deportivos.
Teoría y cita	Frontiers (2025), determina que la intervención de la realidad virtual es de vital ayuda para que en determinadas poblaciones mejore las medidas de equilibrio, sin embargo, la heterogeneidad metodológica limita la solidez de estas conclusiones.
Bibliografía	Chen, X., Liu, F., Lin, S., Yu, L., & Lin, R. (2022). Effects of virtual reality rehabilitation training on cognitive function and activities of daily living of patients with poststroke cognitive impairment: A systematic review and meta-analysis. <i>Archives of Physical Medicine and Rehabilitation</i> , 103(7), 1422–1435. https://doi.org/10.1016/j.apmr.2022.03.012
Nota	Será citada como evidencia RCT y en los efectos sobre el equilibrio; útil para comprobar protocolos.

Ficha de trabajo 10.

Fuente: elaboración propia, de acuerdo a fuentes de consulta.

Tabla 11.

Título	Virtual Reality as a Perceptual-Motor Training Tool: Validity and Fidelity Assessments of a 4 × 100 m Relay.
Autor (es)	Martin Egiziano, Valentin Hervet, Loïc Chomienne, Nicolas Mascret, Richard Kulpa.
Concepto	Evalúa tanto física, mental y biomecánica de un simulador de 4x100 m relevos, compara comportamiento perceptivo - motor en condiciones virtuales y reales.
Teoría y cita	Egiziano, Hervet, Chomienne, Mascret y Kulpa (2025) mantienen que los simuladores de realidad virtual pueden copiar el comportamiento perceptivo-motrices de los deportistas y mantenerse a los métodos tradicionales (biomecánica y psicológica) frente al entorno real, lo que demuestra su utilidad para el entrenamiento deportivo.
Bibliografía	Martin Egiziano, Valentin Hervet, Loïc Chomienne, Nicolas Mascret, Richard Kulpa. (2025). <i>Virtual Reality as a Perceptual-Motor Training Tool: Validity and Fidelity Assessments of a 4 × 100 m Relay Simulator</i> . <i>Applied Sciences (MDPI)</i> , 15(6), 3224. https://doi.org/10.3390/app15063224 .
Nota	Útil para validación de simuladores deportivos y criterios de fidelidad a la tarea real.

Ficha de trabajo 11.

Fuente: elaboración propia, de acuerdo a fuentes de consulta.

Tabla 12.

Título	El uso de la inteligencia artificial en el área del deporte y en la actividad física.
Autor (es)	Martin Celestino Ortiz, Claudia Magaly Espinosa Mendez, Andrea Flores Flores.
Concepto	La IA es una herramienta que es utilizada para mejorar el rendimiento en los entrenamientos deportivos ya que ayuda a prevenir lesiones y a la reducción deportiva mediante la identificación de patrones de movimientos.
Teoría y cita	Körperkultur Science (2023) detalla que la inteligencia artificial permite a coaches y fisioterapeutas encontrar áreas problemáticas en los movimientos de los atletas y diseñar un entrenamiento personalizado para mejorar el rendimiento y prevenir lesiones.
Bibliografía	Celestino Ortiz, M., Espinosa Méndez, C. M., & Flores Flores, A. (2023). <i>El uso de la inteligencia artificial en el área del deporte y en la actividad física</i> . Körperkultur Science, 1(2), 30–34. https://facufi.buap.mx/sites/default/files/Revista%20II/10.%20Articulo%20%281%29.pdf
Nota	La cita se utilizará para fundamentar la comprensión en cómo la IA aporta al análisis del rendimiento de los deportistas.

Ficha de trabajo 12.

Fuente: elaboración propia, de acuerdo a fuentes de consulta.

Tabla 13.

Título	Realidad virtual y psicología del deporte: presentando un juego para evaluar la concentración de los arqueros de fútbol.
Autor (es)	Falco, M., Spector, J., & Palumbo, F.
Concepto	Presenta una propuesta moderna que junta la realidad virtual con la psicología del deporte, utiliza un videojuego que está ideado para medir y perfeccionar la atención de los arqueros de fútbol, con el objetivo de contribuir al estudio del rendimiento deportivo desde un enfoque tecnológico y psicológico.
Teoría y cita	Falco, Spector, & Palumbo, 2020, p. 86) los autores destacaron la importancia que tiene en el desempeño de los arqueros, destacando que “la realidad virtual puede convertirse en una herramienta eficaz para evaluar y entrenar procesos cognitivos fundamentales en el deporte, como la atención y la concentración”
Bibliografía	Falco, M., Spector, J., & Palumbo, F. (2020, octubre). <i>Realidad virtual y psicología del deporte: presentando un juego para evaluar la concentración de los arqueros de fútbol</i> (pp. 85-97). En <i>VII Simposio Argentino sobre Tecnología y Sociedad (STS 2020)</i> . Sociedad Argentina de Informática e Investigación Operativa. http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/122043
Nota	Esta cita será utilizada para respaldar las definiciones conceptuales vinculadas a la concentración en el deporte, demostrando cómo la realidad virtual puede ser utilizada en entrenamientos psicológicos de los atletas.

Ficha de trabajo 13.

Fuente: elaboración propia, de acuerdo a fuentes de consulta.

Tabla 14.

Título	Retos de la inteligencia artificial para la educación en la cultura física y el deporte
Autor (es)	Pérez Sierra, A.J; Martínez, F.F; Encinas Trujillo, M.O; Rodríguez Villegas, Á.D; y Rodríguez Maldonado, D.D
Concepto	Desafíos de la inteligencia artificial en la educación de la cultura física del deporte
Teoría y cita	Según Perez et al. (2025), "la incorporación de la inteligencia artificial en la educación física plantea tanto oportunidades de personalización del aprendizaje como riesgo relacionados con la ética, la equidad y la equidad y la autonomía de los estudiantes deportistas" (p.23)
Bibliografía	Pérez Sierra, A. J., Martínez Álvarez, F. F., Encinas Trujillo, M. O., Rodríguez Villegas, Á. D., & Rodríguez Maldonado, D. D. (2025). Retos de la inteligencia artificial para la educación en la cultura física y el deporte. <i>Citius, Altius, Fortius</i> , 18(1), 21-38. https://doi.org/10.15366/citius2025.18.1.002
Nota	Se incluirá en desafíos éticos y educativos de la IA en el deporte

Ficha de trabajo 14.

Fuente: elaboración propia, de acuerdo a fuentes de consulta.

Tabla 15.

Título	Realidad virtual y psicología del deporte: presentando un juego para evaluar la concentración de los arqueros de fútbol
Autor (es)	Falco, M.; Spector, J.; y Palumbo, F.
Concepto	Aplicación de la realidad virtual en la evaluación psicológica del rendimiento deportivo
Teoría y cita	Falco, Spector y Palumbo (2020) señalan que "el uso de un entorno de realidad virtual permite evaluar de manera controlada la capacidad de concentración de los arqueros, ofreciendo una herramienta innovadora para el entrenamiento psicológico en el deporte (p.87)
Bibliografía	Falco, M., Spector, J., & Palumbo, F. (2020, octubre). Realidad virtual y psicología del deporte: presentando un juego para evaluar la concentración de los arqueros de fútbol. En <i>VII Simposio Argentino sobre Tecnología y Sociedad (STS 2020)</i> (pp. 85-97). Sociedad Argentina de Informática e Investigación Operativa. http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/122043
Nota	Se usará en aplicaciones de realidad virtual en la psicología deportiva

Ficha de trabajo 15.

Fuente: elaboración propia, de acuerdo a fuentes de consulta.

Tabla 16.

Título	Realidad virtual para la mejora del rendimiento visual en deportistas
Autor (es)	Sanz Láinez, M.; Saz Onrubia, E.; Bernárdez Vilaboa, R.; y Carracedo Rodríguez, G.
Concepto	Uso de la realidad virtual para optimizar la percepción y habilidades visuales en atletas
Teoría y cita	Sanz Láinez et al. (2023) afirma que los "los programas de entrenamiento con realidad virtual ofrecen mejoras significativas en las habilidades visuales de los deportistas, repercutiendo directamente en su capacidad de anticipación y rendimiento en la competición" (p.4).
Bibliografía	Sanz Láinez, M., Saz Onrubia, E., Bernárdez Vilaboa, R., & Carracedo Rodríguez, G. (2023). Realidad virtual para la mejora del rendimiento visual en deportistas. <i>KRONOS</i> , 22(01-02). https://doi.org/10.64197/Kronos.22.01-02.922
Nota	Se incluirá en tecnologías emergentes para el rendimiento deportivo

Ficha de trabajo 16.

Fuente: elaboración propia, de acuerdo a fuentes de consulta.

Referencias

- Almansour, A. M. (2024). The Effectiveness of Virtual Reality in Rehabilitation of Athletes: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Journal Of Pioneering Medical Science*, 13(4), 147-154.
<https://doi.org/10.61091/jpms202413423>
- Carrió Sampedro, A. (2020). Algunas consideraciones éticas sobre la aplicación de la inteligencia artificial en el deporte. *Citius, Altius, Fortius*, 13(2), 23-35.
<https://doi.org/10.15366/citius2020.13.2.004>
- Celestino Ortiz, M., Espinosa Méndez, C. M., & Flores Flores, A. (2023). *El uso de la inteligencia artificial en el área del deporte y en la actividad física*. *Körperkultur Science*, 1(2), 30-34.
<https://facufi.buap.mx/sites/default/files/Revista%20II/10.%20Articulo%20%281%29.pdf>
- Chen, X., Liu, F., Lin, S., Yu, L., & Lin, R. (2022). Effects of virtual reality rehabilitation training on cognitive function and activities of daily living of patients with poststroke cognitive impairment: A systematic review and meta-analysis. *Archives of Physical Medicine and Rehabilitation*, 103(7), 1422-1435.
<https://doi.org/10.1016/j.apmr.2022.03.012>
- Falco, M., Spector, J., & Palumbo, F. (2020, octubre). *Realidad virtual y psicología del deporte: presentando un juego para evaluar la concentración de los arqueros de fútbol* (pp. 85-97). En VII Simposio Argentino sobre Tecnología y Sociedad (STS 2020). Sociedad Argentina de Informática e Investigación Operativa.
<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/122043>
- Fernández Pérez, R. (2020). *Uso de realidad virtual y realidad aumentada para el entrenamiento de actividades físicas* [Trabajo de fin de grado, Universidad Complutense de Madrid]. Repositorio Institucional UCM. Recuperado de <https://eprints.ucm.es/62954/>
- Gonzalez-Fernandes F. T., Fahimi M., Brini S. (2025). *Virtual Reality (VR) for Mental Skills Training in Elite Athletes: A Quasi-Experimental Study*. *AI and Tech in Behavioral and Social Sciences*.
<https://doi.org/10.61838/kman.aitech.3.3.10>
- Günar, B. B., & Bavlı, Ö. (2025). Effectiveness of virtual reality games on the specific sport skills of adolescents. *BMC Sports Science, Medicine and Rehabilitation*.
<https://doi.org/10.1186/s13102-025-00900-7>
- Kenjayeva, B. Kizdarbekova, M. & Azhibekova, Z. (2025). Exploring the effects of an immersive training system on performance monitoring in basketball players. *Retos*, 65, 958-968.
<https://doi.org/10.47197/retos.v65.109387>
- Lewellen J. A., Baker E., Giacobbi P. R. Jr. (2025). *Athlete perceptions of virtual reality and barriers to its use in sport: A qualitative examination*. *PLOS ONE*.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0320225>
- Martin Egiziano, Valentin Hervet, Loïc Chomienne, Nicolas Mascaret, Richard Kulpa. (2025). *Virtual Reality as a Perceptual-Motor Training Tool: Validity and Fidelity Assessments of a 4 × 100 m Relay Simulator*. *Applied Sciences (MDPI)*, 15(6), 3224.
<https://doi.org/10.3390/app15063224>
- Pérez Sierra, A. J., Martínez Álvarez, F. F., Encinas Trujillo, M. O., Rodríguez Villegas, Á. D., & Rodríguez Maldonado, D. D. (2025). Retos de la inteligencia artificial para la educación en la cultura física y el deporte. *Citius, Altius, Fortius*, 18(1), 21-38.
<https://doi.org/10.15366/citius2025.18.1.002>
- Richlan, F., Weiß, M., Kastner, P., & Braid, J. (2023). Virtual training, real effects: a narrative review on sports performance enhancement through interventions in virtual reality. *Frontiers In Psychology*, 14.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1240790>
- Sanz Láinez, M., Saz Onrubia, E., Bernárdez Vilaboa, R., & Carracedo Rodríguez, G. (2023). Realidad virtual para la mejora del rendimiento visual en deportistas. *KRONOS*, 22(01-02).
<https://doi.org/10.64197/Kronos.22.01-02.922>
- Singh, Y. W. B., & Aleem, M. (2024). Enhancing sports training: The synergy of AI and VR in athletic performance optimization. *International Journal Of Physiology Nutrition And Physical Education*, 9(1), 174-177.
<https://doi.org/10.22271/journalofsport.2024.v9.i1c.2914>
- Zhao Z., Chai W., Hao S., et al. (2023). *A Survey of Deep Learning in Sports Applications: Perception, Comprehension, and Decision*. *arXiv:2307.03353*.
<https://doi.org/10.48550/arXiv.2307.03353>
- Zhao Z., Chai W., Hao S., et al. (2023). *A Survey of Deep Learning in Sports Applications: Perception, Comprehension, and Decision*. *arXiv:2307.03353*.
<https://doi.org/10.48550/arXiv.2307.03353>

Seguridad en los Conciertos Masivos en México

García Rugama, Sara

sara.garcia04@anahuac.mx

Perales Luna, Mia Itzel

mia.perales@anahuac.mx

Hernández Torres, Bernardo Andrik

andrik.hernandez@anahuac.mx

Pastrana Zúñiga, Isabella

isabella.pastrana@anahuac.mx

Resumen

El proyecto "Seguridad en los conciertos masivos en México" aborda la creciente preocupación por los incidentes y accidentes en eventos multitudinarios que ponen en riesgo la vida de los asistentes. Justifica la investigación ante la alta incidencia de robos, fallas estructurales y mala planeación que afectan la experiencia del público y la reputación de los organizadores, con un costo económico promedio de 2.8 millones de pesos por incidente. Su objetivo principal es analizar riesgos y medidas de seguridad para proponer estrategias que garanticen la integridad de asistentes, artistas y organizadores. Entre los objetivos específicos destacan identificar factores de riesgo como aglomeraciones y consumo de sustancias, evaluar la eficacia de las medidas actuales y recomendar mejoras en planeación, capacitación y uso tecnológico. Los resultados evidencian deficiencias en la capacitación del personal, insuficiente supervisión y fallos estructurales en espacios de conciertos, además de la percepción negativa de la seguridad por parte de los asistentes. Se concluye que la seguridad debe ser una responsabilidad compartida con mayor profesionalización y uso de tecnología para minimizar riesgos y mejorar la experiencia en futuros eventos masivos.

Palabras clave: Seguridad en eventos masivos, gestión de riesgos, capacitación de personal y prevención de incidentes.

Abstract

The project "Security in Massive Concerts in Mexico" addresses the growing concern about incidents and accidents at large events that endanger attendees' lives. The research is justified by the high incidence of thefts, structural failures, and poor planning negatively affecting the audience's experience and organizers' reputation, with an average economic cost of 2.8 million pesos per incident. Its main objective is to analyze risks and safety measures to propose strategies that ensure the safety of attendees, artists, and organizers. Specific objectives include identifying risk factors such as crowding and substance use, evaluating the effectiveness of current measures, and recommending improvements in planning, training, and technological use. The findings reveal deficiencies in staff training, insufficient supervision, and structural failures in concert venues, along with attendees' negative perception of security. It is concluded that safety must be a shared responsibility with greater professionalization and technological integration to minimize risks and improve future mass event experiences.

Keywords: Mass event safety, risk management, staff training, incident prevention.

Introducción

La seguridad en los conciertos masivos se ha convertido en un tema muy relevante debido al aumento de incidentes y accidentes que han puesto en riesgo la vida de muchas personas en estos últimos años. Estos acontecimientos se distinguen por la concentración de grandes multitudes en lugares reducidos y presentan desafíos como consumo de sustancias, estampidas, aglomeraciones, actos delictivos, situaciones de emergencia médica, entre otros. La ausencia de una buena planificación y gestión de seguridad puede tener varias consecuencias graves, como lesiones, muertes y daños a la reputación de los organizadores.

En 2023, el 68 % de los organizadores reportaron incidentes de seguridad en sus eventos; incluso ese mismo año aumentaron 42 % los robos en los eventos masivos. Por lo tanto, el 85 % de los asistentes busca priorizar la seguridad como un factor decisivo para asistir a un evento masivo. Esta preocupación se refleja también en la cancelación del 17 % de los eventos debido a fallas de seguridad y debido a esto el alto costo promedio de 2.8 millones de pesos por incidente en demandas y reparaciones (Eventech, 2025). El alto porcentaje de accidentes registrados demuestra que es una tendencia preocupante que impacta directamente en los asistentes. A medida que los asistentes priorizan cada vez más la seguridad como un criterio decisivo entre asistir o no al concierto, los organizadores se ven obligados a replantear y mejorar sus protocolos para destinar mayores recursos a la prevención.

Según el INEGI, en 2023 se registraron más de 5,200 eventos masivos en todo el país, con una asistencia mayor a los 20 millones de personas (Quadratin, 2025). Estas cifras demuestran que hay una demanda alta de parte del público en la industria del entretenimiento. Se pone de manifiesto la necesidad de implementar estas medidas de seguridad y regular de manera más estricta para poder garantizar la integridad de

los asistentes ante la magnitud de personas que asisten a estos conciertos.

Sin embargo, continúan los fallos estructurales, el 42 % de los espacios utilizados para conciertos no cumplen con las normas técnicas para estructuras temporales y solo el 35% de los eventos cuenta con sistemas de monitoreo en tiempo real (Rivera, 2025; Ultra, 2025).

Debido a los últimos accidentes graves registrados, en donde en el Festival AXE ceremonia fallecieron dos personas y en el evento de Gustavo A. Madero donde se cayó un escenario y lesionó a seis personas. El gobierno de México decidió elaborar y reformar la Ley de Espectáculos Públicos con el objetivo de garantizar la seguridad de los asistentes y trabajadores que trabajan en esos eventos, en los que han resultado lesionados, esto con el fin de prevenir los accidentes que ponen en riesgo la salud de los asistentes. (Lugo, 2025)

Justificación

Organizar un concierto masivo en México representa no solo una oportunidad para el entretenimiento, sino que también implica un significativo reto en términos de seguridad, dadas las grandes concentraciones de personas en espacios limitados. La experiencia acumulada en la organización de estos eventos evidencia que, cuando no existe una buena planeación y gestión de seguridad, pueden surgir incidentes graves que comprometen el bienestar de los asistentes, artistas y todo el staff involucrado. Por esto, es fundamental analizar los principales riesgos y las medidas implementadas para garantizar un evento seguro y exitoso.

El objetivo general de esta investigación es analizar los principales riesgos y medidas de seguridad en los conciertos en México para proponer estrategias que reduzcan incidentes y garanticen la integridad de los asistentes, artistas y organizadores. En este sentido, los objetivos específicos serían buscar identificar los factores de riesgo más frecuentes en conciertos masivos en

México, tales como las aglomeraciones, fallas de estructuras, consumo de sustancias y actos de delincuencia, evaluar las medidas de seguridad actuales que son implementadas tanto por organizadores como por las autoridades, tomando en consideración su eficacia y limitaciones, y por último, proponer recomendaciones y estrategias de mejora en la planeación, capacitación del personal y el uso de tecnologías para optimizar la logística y seguridad de futuros conciertos.

Los conciertos masivos en México han ganado gran popularidad, convirtiéndose en una de las principales fuentes de entretenimiento para diversas generaciones. Sin embargo, la concentración de miles de personas genera retos que van desde el control de aglomeraciones hasta la prevención de fallas estructurales, consumo excesivo de sustancias o actos de delincuencia. Según Castro (2025), la falta de una adecuada planeación y la negligencia pueden arruinar la experiencia que debería ser segura y placentera para los asistentes. Además, la Secretaría de Seguridad Pública (2025) ha reforzado sus operativos con equipo de vigilancia de más de 70 elementos para prevenir accidentes, aunque la responsabilidad principal recae en los organizadores para mantener el orden y aplicar protocolos eficaces.

La industria musical en México mueve ingresos de grandes cifras, pero enfrenta retos significativos en seguridad. Accidentes como la caída de estructuras en eventos recientes han evidenciado graves deficiencias en el cumplimiento de protocolos de protección civil, poniendo en riesgo la vida de los asistentes. La coordinación entre diferentes autoridades, incluyendo el gobierno, protección civil, bomberos y seguridad ciudadana, es muy importante para la supervisión y cumplimiento de normas, aunque en la práctica esta sigue siendo un desafío constante (Reporte Índigo, 2025).

Actualmente, las medidas de seguridad contemplan vigilancia continua, presencia de personal médico y primeros auxilios,

señalizaciones claras de rutas de evacuación y control de accesos. Sin embargo, la complejidad y el tamaño de los conciertos demandan el uso de tecnologías avanzadas como video de vigilancia, análisis en tiempo real de flujos de personas y sistemas de comunicación eficientes para prever y responder con inmediatez ante cualquier problema. También es vital que el personal reciba capacitación constante en manejo de problemas y protocolos de emergencia para actuar con precisión bajo presión.

Aunque la regulación y supervisión de eventos masivos están respaldadas por leyes que exigen permisos y protocolos específicos, la seguridad efectiva requiere un compromiso profesional y social que incluya a todos los actores involucrados, desde promotores hasta asistentes. Esta investigación propone fortalecer estrategias integrales que reduzcan riesgos, fomenten la cultura preventiva y garanticen que los conciertos masivos sean experiencias satisfactorias y seguras para toda la comunidad.

Marco teórico

En una época donde la música trasciende fronteras, generaciones y culturas, los conciertos masivos se han consolidado como espacios de expresión colectiva, identidad social y catarsis emocional. Miles de personas convergen en un mismo punto con la expectativa de vivir experiencias inolvidables, donde la energía, el sonido y la emoción se fusionan en un espectáculo que promete euforia, celebración y libertad. Sin embargo, detrás de las luces, escenarios y euforia, se esconde una realidad compleja que pocas veces se hace visible para el público: La seguridad en los conciertos masivos.

La seguridad en eventos multitudinarios también se vincula directamente con la percepción social. Cuando el público asiste a un concierto, no solo espera un entorno controlado y organizado. La sensación de vulnerabilidad o desprotección puede arruinar la experiencia y generar un impacto negativo en la industria del

entretenimiento. Por ello, la seguridad no debe entenderse como un gasto, sino como una inversión estratégica que protege tanto la integridad de las personas como la reputación y sostenibilidad de los organizadores.

La seguridad en los conciertos masivos en México es uno de los temas más importantes dentro de la industria del entretenimiento, ya que involucra tanto la protección del público como la responsabilidad de los organizadores. Los eventos multitudinarios por su propia naturaleza presentan riesgos asociados con aglomeraciones, fallas estructurales, consumo de alcohol y falta de protocolos de emergencia, lo que ha motivado a que se creen normas y estrategias especializadas. La gestión de multitudes no solo se enfoca en las respuestas a la emergencia, sino en la anticipación y mitigación de los factores en riesgo (CENAPRED, 2018).

Esto ha dejado de ser un aspecto secundario para convertirse en un eje fundamental dentro de la planeación, organización y ejecución de cualquier evento público. No se trata únicamente de evitar accidentes, sino de salvaguardar la vida la integridad física y el bienestar emocional de miles de asistentes que confían en que su experiencia será no solo memorable, sino también segura. Cada evento implica una serie de riesgos latentes que van desde las aglomeraciones extremas, fallas y accidentes fortuitos, situaciones de pánico colectivo, violencia y consumo excesivo de sustancias y emergencias médicas.

De acuerdo con la CEAS México, uno de los riesgos más complejos en eventos masivos no proviene únicamente de la infraestructura, sino del propio comportamiento de la multitud. Este análisis distingue entre seguridad física y seguridad funcional, señalando que muchas tragedias emergen cuando no se considera que los asistentes pueden actuar de forma colectiva “irracional” ante estímulos o de presión social CEAS México (2025).

Desde la psicología social, la dinámica de las multitudes ha sido analizada como un fenómeno en el que el individuo tiende a perder su identidad personal para dominar un comportamiento colectivo. Este proceso, conocido como desindividualización, reduce la percepción del riesgo y aumenta la probabilidad de reacciones impulsivas, como empujones, estampidas o conductas agresivas. En eventos masivos, este fenómeno se intensifica cuando existen estímulos sonoros elevados, consumo de alcohol y sobrecupo, convirtiéndose en un factor crítico para la planeación de medidas preventivas y de control.

En este contexto, la seguridad se transforma en un concepto multidimensional que abarca aspectos legales, sociales, psicológicos, tecnológicos y operativos. Hablar de seguridad en conciertos masivos no es únicamente referirse a la presencia de guardias o vallas metálicas, sino profundizar en una compleja red de estrategias preventivas, protocolos de actuación, normativas legales y sistemas de gestión de riesgos que buscan anticiparse a cualquier eventualidad. La experiencia demuestra que, cuando la prevención falla, las consecuencias pueden ser devastadoras, dejando huellas irreparables tanto en las víctimas como en la sociedad en su conjunto.

De acuerdo con el Gobierno de México (2025), los conciertos y espectáculos públicos deben incorporar planes preventivos de protección civil que tengan rutas de evacuación, señalización visible y personal capacitado no solo en seguridad, sino también en primeros auxilios y manejo de extintores. Sin embargo, la aplicación de estas medidas aún es escasa entre entidades federativas lo que genera vulnerabilidades en la protección de los asistentes a nivel nacional.

El diseño físico del recinto representa un elemento determinante en la seguridad de los conciertos masivos. Factores como la disposición de accesos, amplitudes de pasillos, ubicación de escenarios y visibilidad de salidas de emergencias influyen directamente en la capacidad de

respuestas ante situaciones críticas. Un diseño inadecuado puede generar cuellos de botella y dificultar las evacuaciones, incrementando el riesgo de lesiones graves durante una emergencia.

La creciente popularidad de los festivales y conciertos en México ha incrementado de manera proporcional la necesidad de fortalecer los mecanismos de protección civil. Eventos que reúnen a decenas de miles de personas que exigen una planificación meticulosa que contemple desde la infraestructura hasta el comportamiento colectivo del público. Cada persona que va a un concierto representa una historia, una vida, una responsabilidad; y cada decisión tomada por los organizadores puede significar la diferencia entre una celebración exitosa y una tragedia evitable.

La Ley General de Protección Civil (2025) establece que los organizadores de eventos de gran afluencia tienen la obligación de presentar un programa interno de seguridad. No obstante, como explica Protección Civil CDMX (2025), en la práctica muchas empresas no tienen los estudios de riesgo actualizados ni tampoco tienen brigadas preparadas para responder ante emergencias reales. Esto subraya una brecha significativa entre el cumplimiento formal de la ley y su implementación práctica.

Eso se construye desde la necesidad urgente de comprender la seguridad como una responsabilidad compartida entre autoridades, organizadores y personas que vayan al evento. En un país donde los recientes incidentes han evidenciado fallas, omisiones legales y deficiencia de la planeación, resulta indispensable analizar de manera profunda las bases conceptuales que sustentan la gestión de riesgos en concierto masivos. No se trata únicamente de cumplir con la normativa sino de generar una verdadera cultura preventiva que priorice la vida humana por encima de cualquier interés económico o administrativo.

En los últimos años, se han realizado reformas normativas importantes que fortalecen

la regulación de espectáculos públicos. Estas reformas exigen la presentación de permisos anticipados, programas de protección civil, y la presencia de personal capacitado en primeros auxilios y manejo de emergencias. Destaca la PROY-NOM-011-SSPC-2025, que establece criterios mínimos de protección civil, regulando aforos y sistemas de comando de incidentes.

Existe también un impulso legislativo reciente para clarificar las obligaciones de organizadores y autoridades en materia de seguridad. Según La Razón, el legislador Paulo Emilio Garcís Gonzalez propuso reformar la Ley para la Celebración de Espectáculo Públicos con la finalidad de definir con mayor claridad quien es el responsable de la seguridad, o cual refleja una preocupación creciente por parte del poder público ante los incidentes recientes La Razón (2025).

Desde la percepción social, diversos asistentes han manifestado su preocupación respecto a la precariedad de la seguridad de los conciertos masivos. Según Primero fue el sonido (2025), existe una percepción generalizada de “nula seguridad” en ciertos eventos, evidenciada por la ausencia de protocolos visibles, insuficiente señalización, falta de personal capacitado y deficiente control de accesos, lo que incrementa la sensación de vulnerabilidad entre los asistentes.

Casos emblemáticos, como el Festival AXE ceremonia 2025, han evidenciado la importancia de reportar toda modificación estructural y de realizar inspecciones exhaustivas. El colapso de una estructura no autorizada resultó en la muerte de dos personas y la clausura del evento, lo que llevó a una revisión de protocolos y sanciones más severas para los organizadores.

La planeación estratégica de un concierto masivo debe contemplar no solo aspectos logísticos, sino un análisis integral de riesgos. Esto incluye la evaluación del tipo de público, el horario del evento, condiciones climáticas, consumo estimado de bebidas alcohólicas y

capacidad real del recinto. Una planificación deficiente puede derivar en escenarios caóticos que comprometen la integridad de los asistentes y del personal operativo.

La Norma Oficial Mexicana (NOM) tiene como objetivo unificar los criterios de seguridad a nivel nacional, lo que incluye la homologación de estándares en:

1. Rangos máximos de capacidad de aforo de personas.
2. Señalización y evacuación.
3. Realización de simulacros obligatorios.
4. Respuesta de emergencia y coordinación interinstitucional.

La comunicación de riesgo se ha convertido en un componente esencial dentro de la seguridad en eventos masivos. Informar de manera clara y oportuna a los asistentes sobre medidas preventivas, protocolos de emergencia y normas de comportamiento contribuye a reducir el pánico y mejorar la cooperación durante situaciones críticas. Los mensajes visuales, anuncios por altavoces y socialización preventiva fortalecen la orientación del público y facilitan respuestas más ordenadas.

La NOM busca elevar el estándar, exigiendo que tanto eventos públicos como privados cumplan con los mismos protocolos rigurosos (DOF, 2025). La gestión de multitudes se ha profesionalizado mediante el uso de software especializado, cámaras inteligentes y drones. Estas herramientas permiten monitorear el flujo de personas en tiempo real y tomar decisiones informadas para evitar aglomeraciones peligrosas y facilitar evacuaciones ordenadas. Expertos han advertido que, aunque se reanuden conciertos y festivales masivos, no se deben relajar la vigilancia ni los protocolos de seguridad. Según un análisis de Expansión Política, a pesar de las campañas de reapertura, es crucial mantener medidas preventivas y no subestimar multitudes descontroladas o fallos organizativos en eventos futuros, ya que la

relajación de controles incrementa de forma directa los niveles de riesgo (ADNPolítico (2021)).

La coordinación interinstitucional se ha convertido en un eje estratégico dentro de la gestión de seguridad para conciertos masivos, ya que permite una respuesta integral ante situaciones de riesgo. En la Ciudad de México, los operativos de gran afluencia suelen involucrar a la Secretaría de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil, la Secretaría de Seguridad Ciudadana, el ERUM y el Heroico Cuerpo de Bomberos, quienes trabajan de manera conjunta para supervisar el evento antes, durante y después de su realización, disminuyendo los tiempos de respuesta y fortaleciendo la atención inmediata a emergencias. Protección Civil CDMX (2024).

Actualmente, la capacitación y certificación del personal de seguridad es obligatoria. Los guardias deben recibir formación en normatividad, derechos humanos, manejo de crisis, primeros auxilios y control de accesos, con certificaciones renovables y cursos de actualización continua.

Las empresas privadas han jugado un papel complementario en esta tarea. De acuerdo con Pentágono Seguridad (2025) y Bull Dog Seguridad (2025), los servicios de seguridad especializada para eventos se han profesionalizado mediante la incorporación de tecnología, cámaras de vigilancia y detectores de metales. Aun así, la falta de certificación del personal continúa siendo un problema frecuente, pues sólo una fracción de los guardias recibe capacitación en manejo de multitudes o primeros auxilios.

Las brigadas de emergencia se han convertido en un requisito legal y operativo. Estas brigadas, formadas por personal capacitado, actúan ante sismos, incendios, evacuaciones y emergencias médicas, realizando simulacros periódicos para reforzar la memoria colectiva y reducir el pánico.

La seguridad privada simplifica su rol estratégico dentro de los eventos multitudinarios, ya que no se limita únicamente al control de accesos. De acuerdo con Segurilatam (2023), las empresas especializadas desarrollan planes específicos de autoprotección, análisis de riesgo y control de situaciones críticas, contribuyendo a la prevención de disturbios, robos y situaciones de violencia derivadas del consumo de alcohol y altas concentraciones de personas.

La tecnología biométrica ha revolucionado el control de acceso, permitiendo la identificación rápida y segura de asistentes mediante reconocimiento facial y de huellas, lo que reduce el riesgo de ingreso de personas no autorizadas.

Por su parte, CRP Seguridad (2025) advierte que uno de los principales errores en la planeación de eventos es no realizar simulacros previos. En muchos casos, los protocolos se limitan a documentos formales que no se ponen en práctica, lo que puede causar confusión y pánico entre los asistentes cuando ocurre una emergencia real. Esta falta coincide con lo señalado por Melider (2025), quien destaca la importancia de entrenar a los guardias en control de acceso, revisión de mochilas y orientación de público, ya que la prevención comienza desde la entrada del evento.

Las aplicaciones móviles de seguridad permiten a los asistentes recortar incidentes y recibir alertas en tiempo real, mejorando la comunicación y la respuesta ante emergencias. Estas apps integran geolocalización, notificaciones push y acceso a mapas de evacuación.

Desde la perspectiva del asistente, las autoridades han emitido recomendaciones preventivas que buscan reducir su vulnerabilidad durante los conciertos. Entre ellas destacan la identificación previa de rutas de evacuación, la localización de salidas de emergencia, la protección de datos médicos en caso de

padecimientos y la definición de puntos de reunión en caso de separación. Estas acciones fortalecen la cultura preventiva y la corresponsabilidad ciudadana en eventos de alta concentración de personas SGIRPC (2025)

La coordinación interinstitucional es clave para la seguridad. Autoridades locales, cuerpos de bomberos, servicios médicos y empresas privadas trabajan de manera conjunta para supervisar y responder a cualquier contingencia.

Desde el punto de vista normativo, la Ley para la Celebración de Espectáculos Públicos en la Ciudad de México (Congreso CDMX, 2025) exige la presencia de personal de seguridad y protección civil, además de una supervisión directa por parte de las autoridades. Aun así, Guetta Security (2025) indica que en muchos conciertos se sigue subcontratando seguridad sin protocolos estandarizados, lo que aumenta el riesgo de accidentes o altercados dentro del recinto.

En los últimos años, la Secretaría de Seguridad y Protección Ciudadana (SSPC) ha impulsado la creación de una Norma Mexicana sobre Protección Civil en Espectáculos Masivos que busca unificar los criterios de seguridad a nivel nacional (La Jornada, 2025). Esta iniciativa pretende que tanto eventos públicos como privados cumplan con los mismos estándares en cuanto a señalización, simulacros y respuesta de emergencia.

Las sanciones por incumplimiento de la normatividad incluyen multas, clausuras, suspensión del evento y revocación de permisos, además de obligaciones de reembolsar el costo de las entradas si el espectáculo no se realiza como fue anunciado.

La perspectiva tecnológica también ha ganado relevancia. Seguritech (2025) y Gissa Seguridad (2025) destacan que los sistemas de monitoreo con inteligencia artificial, cámaras térmicas y sensores de flujo permiten detectar

zonas de riesgo en tiempo real. Esta innovación, además de mejorar la reacción ante las emergencias, ayuda a prevenir robos, riñas o estampidas, problemas comunes en eventos de alto aforo.

La profesionalización del sector de seguridad se ha fortalecido con la adopción de certificados internacionales, alineando los procesos mexicanos con estándares globales y mejorando la calidad de los servicios ofrecidos.

En el contexto de los conciertos masivos, el uso de inteligencia artificial se ha convertido en una herramienta clave para fortalecer la seguridad preventiva. De acuerdo con Revista Mundo Empresarial (2025), los sistemas basados en IA permiten prevenir, proteger y responder ante multitudes mediante el análisis en tiempo real del comportamiento del público, los patrones de movilidad y la detección temprana de situaciones de riesgo, lo que contribuye a una gestión más eficiente y anticipada de emergencias dentro de los eventos masivos.

La anticipación de riesgos se considera ahora la medida preventiva más efectiva. Se recomienda realizar análisis de aforo, inspecciones técnicas de estructuras y coordinación de autoridades antes de otorgar permisos.

La Ventanilla Puebla (2025) implementó un modelo obligatorio en el programa de Protección Civil para todos los espectáculos del estado, el cual incluye un diagnóstico de riesgos, planos del recinto y estrategias de comunicación en caso de alguna contingencia. Sin embargo, hay que entender que no solo dependerá de Protección Civil, sino de los organizadores del evento de que hayan cumplido con el programa completo.

La cultura de la prevención se promueve mediante campañas educativas, simulacros obligatorios y la participación activa de los asistentes en la identificación de rutas de evacuación y puntos de reunión.

Por el contrario, el Reglamento de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil (PAOT, 2025) comunica que las autoridades deben realizar verificaciones antes, durante y después de cada evento para poder prevenir cualquier imprevisto que pueda ocurrir durante el evento. Este reglamento se alinea con la propuesta de Event Planner México (2025), que recomienda que los planes de seguridad no se centren solo en la seguridad de los policías, sino que abarca mucho más, como la experiencia del público, la comodidad y el flujo organizado de personas.

A nivel operativo, BSAF México (2025) señala que las empresas de seguridad deben adaptar sus estrategias según el tipo de evento. Los conciertos con escenarios más grandes requieren más puntos de observación y personal especializado en emergencias médicas, mientras que los eventos en recintos cerrados deben priorizar la ventilación y las rutas de salida, aunque siguen teniendo que cuidar la parte de su seguridad.

La experiencia internacional ha influido en la actualización de los protocolos mexicanos, adoptando mejores prácticas de países con amplia experiencia en la gestión de eventos masivos y adaptándolas al contexto nacional.

La profesionalización del personal de seguridad ha comenzado a fortalecerse mediante nuevas exigencias legales. En algunos estados del país se han promovido reformas que obligan a los guardias asignados a eventos masivos a recibir capacitaciones especializadas en gestión de crisis, control de multitudes y actuación ante emergencias, con el fin de mejorar su capacidad de respuesta y reducir riesgos para los asistentes. Segurilatam (2023).

La supervisión constante por parte de las autoridades ha permitido prevenir incidentes menores y mejorar la capacidad de respuesta ante emergencias. Por ejemplo, en la alcaldía de Iztacalco se duplicaron las unidades de emergencias de conciertos recientes.

La evaluación posterior al evento constituye una herramienta fundamental para la mejora continua en materia de seguridad. Analizar incidentes, tiempos de respuesta, eficacia de las evacuaciones y desempeño del personal permite detectar áreas de oportunidad y fortalecer los protocolos futuros. Esta retroalimentación contribuye al desarrollo de modelos más eficientes y adaptados a las características específicas de cada tipo de concierto.

La Ley General de Protección Civil (2025) y la ONU (2024) comentan que la prevención más efectiva en un evento es la anticipación de riesgos. Para ello, se recomienda realizar análisis de aforo, inspecciones técnicas de estructuras y coordinación con autoridades locales antes de otorgar permisos y antes de realizar cualquier tipo de evento.

La transparencia y la rendición de cuentas son ahora exigencias sociales y legales. Los organizadores deben informar sobre los protocolos implementados y responder ante cualquier incidente, fortaleciendo la confianza del público.

Por otra parte, La Jornada (2025) y Aristegui Noticias (2025) han documentado casos recientes de fallas estructurales en conciertos como el Festival AXE Ceremonia, donde la falta de mantenimiento de escenarios, la falta de prevención por parte de Protección Civil y el exceso de asistentes provocaron accidentes donde fallecieron algunas personas. Estos sucesos impulsaron una revisión de la normativa vigente y un llamado a reforzar la supervisión en los eventos.

La protección de datos personales es un reto creciente ante el uso de tecnologías avanzadas. La Ley Federal de Protección de Datos Personales exige que la información biométrica y de videovigilancia esté debidamente resguardada y se utilice de manera transparente.

La seguridad en eventos masivos también se ha convertido en un factor determinante para la sostenibilidad económica de la industria del entretenimiento. Según Alto Nivel (2025), un evento percibido como inseguro no solo daña la reputación del organizador, sino que afecta la confianza del público, la participación de patrocinadores y la viabilidad financiera del espectáculo, consolidando la seguridad como un pilar estratégico en la planeación de conciertos.

La sostenibilidad económica de los eventos depende en gran medida de la percepción de seguridad. Un evento inseguro afecta la reputación del organizador, la confianza del público y la participación de patrocinadores.

La cultura de autoprotección del asistente también representa un pilar en la seguridad de los eventos masivos. La concientización sobre conductas responsables, como evitar empujones, respetar señalizaciones, reportar incidentes y atender las indicaciones del personal de seguridad, contribuye significativamente a la reducción de accidentes. La participación activa del público fortalece la prevención y minimiza escenarios de riesgo.

Finalmente, el Gobierno de México (2025) y CENAPRED (2025) concluyen que la seguridad en eventos masivos debe entenderse como una responsabilidad compartida entre organizadores, autoridades y asistentes. La cultura de prevención se fortalece no solo con leyes, sino con la educación y la participación ciudadana en la gestión de riesgos. La actualización constante de la normativa responde a los incidentes recientes y a la necesidad de mejorar la seguridad y la aplicación efectiva de los protocolos de protección civil. La corresponsabilidad entre organizadores, autoridades y asistentes es fundamental para garantizar la seguridad. Todos los actores deben participar activamente en la gestión de riesgos y en la promoción de una cultura preventiva.

En el ámbito normativo, México ha avanzado en la creación de leyes, reglamentos y normas oficiales que buscan regular la organización de espectáculos públicos. No obstante, persiste una brecha significativa entre lo establecido en el papel y su aplicación en la realidad. La falta de supervisión, la negligencia continúan siendo factores que ponen en riesgo la seguridad de miles de personas. Esta situación hace evidente la necesidad de fortalecer la vigilancia, la transparencia y la rendición de cuentas.

El futuro de la seguridad en conciertos masivos apunta hacia la integración de soluciones físicas y digitales, la automatización de procesos, el análisis predictivo y la respuesta en tiempo real, consolidando a México como referente en la gestión de eventos seguros.

Fichas de trabajo

Las fichas de trabajo se encuentran en el anexo.

Método

El estudio se desarrolló con un enfoque cualitativo, ya que buscó comprender las percepciones, experiencias y niveles de seguridad que viven los asistentes a conciertos masivos en México. El diseño de investigación se basó en comprender directamente las experiencias y percepciones de las personas sobre la seguridad en los conciertos masivos, enfocándose en cómo viven y describen estas situaciones.

Muestra:

La muestra estuvo conformada por 60 participantes, seleccionados mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia. Los participantes fueron estudiantes universitarios que han asistido a conciertos masivos en México durante los últimos años. La diversidad de experiencias permitió obtener un panorama amplio sobre la percepción de la seguridad, los riesgos y las fallas más comunes en este tipo de eventos.

Instrumentos de recolección de datos:

Entrevistas individuales, en equipos y focus group.

Se realizaron 60 entrevistas, enfocadas en 3 preguntas claves.

- ¿Qué opinas de la seguridad de los conciertos?
- ¿Consideran que podría mejorar y de qué manera?
- ¿Alguna vez se han sentido inseguros durante un concierto?

Bitácoras de observación

Se registraron observaciones durante el proceso de análisis en clase, destacando patrones de respuesta, lenguaje corporal y énfasis narrativos de los entrevistados.

Análisis de palabras clave y tabla de frecuencias

Con el propósito de identificar temas recurrentes, se elaboró una tabla de frecuencia donde se contabilizaron términos dominantes como “seguridad”, “personal”, “mejorar”, “control”, “riesgo”, entre otros.

Fichas de trabajo

Las 16 fichas de trabajo permitieron integrar datos teóricos y estadísticos que complementaron el análisis de campo.

Procedimiento

Las entrevistas se recabaron durante los meses de septiembre, octubre, noviembre y diciembre, siguiendo estas etapas:

1. Diseño del instrumento: Elaboramos las preguntas para las entrevistas.
2. Aplicación de las entrevistas: Se realizaron de forma presencial en la Universidad Anáhuac.
3. Transcripción de las 60 entrevistas.
4. Análisis interpretativo de los resultados
5. Frecuencias: se identificaron conceptos recurrentes durante las entrevistas.

Bitácoras

Día 1: Lunes 08 de septiembre de 2025

Nos enfocamos en analizar distintos accidentes ocurridos en conciertos y festivales en México para así poder entender mejor los riesgos y la importancia de la seguridad en los mismos. Revisamos 5 casos representativos que nos permitieron tener una visión amplia y realista de lo que enfrentan los organizadores.

El análisis nos permitió observar cómo influye la respuesta inmediata en las consecuencias de los accidentes. Notamos también que en algunos casos los artistas expresan solidaridad y preocupación por los asistentes, aunque fueran fallas fuera de sus manos.

Los 5 casos que escogimos fueron:

- Quevedo: El 23 de abril de 2025 en el Palacio de los Deportes en CDMX. Se rompió una tabla en una grada temporal de la sección pista, hubo 3 personas heridas, las cuales fueron dadas de alta sin gravedad.
- Festival AXE Ceremonia: El 5 de abril de 2025 en el Parque Bicentenario en CDMX. Colapsó una estructura metálica, grúa de tijera, que sostenía la decoración, fallecieron 2 fotoperiodistas y el festival siguió con normalidad hasta ser cancelado en la noche.
- Yuridia: El 10 de noviembre de 2018 en Bahía de Banderas en Nayarit, colapsó la sección de gradas temporales, las cuales no soportaron el peso del público, Yuridia lamentó los hechos y el concierto continuó tras la atención de Protección Civil.
- Kevin Moreno: El 7 de junio de 2024, en RICH Nightclub en San Luis Potosí, colapsó el balcón de vidrio del tercer piso con una caída de 12 metros, dejando 2 personas fallecidas y alrededor de 15 heridos, el lugar se cerró.
- Gloria Trevi: El 14 de mayo de 2022, en el Estadio de Béisbol de la USBI en Xalapa, colapsaron las columnas del techo

del escenario durante el montaje, algunos trabajadores fueron golpeados sin gravedad y no hubo heridos entre el público. Se pospuso el inicio del show mientras había un show alternativo.

Día 2: Martes 9 de septiembre de 2025

Día 3: Miércoles 10 de septiembre de 2025

Día 4: Jueves 11 de septiembre de 2025

Día 5: Viernes 12 de septiembre de 2025

Se entrevistó a 11 grupos de estudiantes de la Universidad Anáhuac Querétaro para conocer su opinión sobre la seguridad en los conciertos en México.

Les planteamos las preguntas: “¿Qué opinan de la seguridad en estos eventos?, ¿consideran que podría mejorar y de qué manera?” y esta es una conclusión de sus respuestas.

La seguridad en conciertos en México es percibida como visible pero poco eficaz. El 36% de las respuestas tuvieron una percepción positiva donde se considera buena o aceptable, pero el 64% que tiene una percepción negativa cree que es insuficiente. Sin embargo, la mayoría de los estudiantes nota que está presente la seguridad, pero piensan que su preparación no es la adecuada y que faltan mejores protocolos. El mayor temor se centra en situaciones de riesgo con multitudes, como el momento de salir o de estar en una infraestructura construida.

Para mejorar todos coinciden con que se requiere mejorar la capacitación de personal, protocolos claros, revisión rigurosa e integrar medidas tecnológicas y de inclusión.

Día 6: 27 de octubre de 2025

Realizamos el focus group con un grupo de estudiantes que habían asistido recientemente a conciertos masivos en México. La sesión se centró en profundizar en sus experiencias, emociones y percepciones respecto a la seguridad dentro de estos eventos.

Durante la actividad, los participantes compartieron situaciones más detalladas que en las entrevistas individuales, lo que permitió identificar ejemplos más claros sobre miedo, estrés y desorganización en los conciertos. Los participantes coincidieron en que las áreas de mayor inseguridad eran los accesos, las salidas y las zonas sin iluminación.

Además, surgieron comentarios sobre la poca preparación del personal, especialmente en casos donde hubo empujones, desmayos o falta de control de multitudes. La interacción grupal permitió que recordaran experiencias que no habían mencionado antes, lo cual enriqueció el análisis.

Día 7: 29 de octubre de 2025

Se realizaron entrevistas grupales con estudiantes de la universidad. Cada grupo respondió las mismas preguntas. El propósito fue aumentar la cantidad de testimonios y validar la consistencia en las respuestas.

Los grupos mostraron un consenso claro: la seguridad existe, pero no es suficiente. Comentaron que, aunque hay presencia de policías y guardias, “no hacen mucho más que observar”. También mencionaron la falta de protocolos visibles en emergencias y señalaron que la salida de los conciertos es un momento crítico donde se pierde el control. Hubo múltiples relatos sobre robos, mala organización y personal sin capacitación.

Día 8: 5 de noviembre de 2025

Se realizaron entrevistas individuales adicionales para alcanzar el total de 60 testimonios. La meta fue profundizar en experiencias personales y obtener comentarios más detallados sobre situaciones específicas vividas en conciertos.

Estas entrevistas finales permitieron cerrar el proceso de recolección con testimonios coherentes y profundos.

Observaciones

Temas claves:

- Valoración de la seguridad: Se valora la presencia visible de personal de seguridad, protocolos mínimos de emergencia y atención médica rápida.
- Críticas recurrentes: Deficiencias como la insuficiente capacitación del personal, la sobreocupación de recintos, la falta de revisión estructural y la ausencia de protocolos claros de evacuación.

Rituales o emojis:

- Emojis como ☹️, 😊 y 🙏 expresan emociones frente a incidentes o apoyo a artistas.
- Hashtags como #Seguridad En Conciertos agrupan discusiones y alertas relevantes.
- Frases como “hay que checar todo antes” y “falta seguridad”.

Reflexión sobre la industria del entretenimiento:

- La percepción de seguridad influye bastante para la satisfacción del público en eventos de entretenimiento.
- Los fans regresan a eventos donde se sintieron seguros, influyendo en la fidelización de fans.
- Las redes sociales hacen aún más fácil la amplificación de la visibilidad de incidentes en conciertos, afectando la reputación digital.

Entrevistas:

1.

Es muy buena, ayuda a proteger a las personas, objetos personales y a su salud física; en México está mal, se protegen más entre los mismos que van. Se podría mejorar poniendo más policías por área o entre la gente.

2.

Está terrible, da miedo; se podrían implementar más cosas. Por la cantidad de personas, podrían ser más y también cuidar más a las mujeres en este país.

3.
Un 8/10 no está tan buena, se podría mejorar, pero metiendo más presupuesto. Meter más dinero y pagar bien y capacitar bien a los de seguridad.

4.
Da miedo que se caiga una grada; se podría cambiar haciendo un chequeo antes de los conciertos de que las instalaciones estén en condición para que la gente esté segura y también reforzando con autoridades para que, si hay un accidente, se atienda rápido.

5.
Les falta mucho para llegar a ser algo más grande como en Estados Unidos y checar por lo menos una semana antes todo.

6.
Hay que checar más en profundidad todos los aspectos, checar gradas y cosas técnicas, y se podría cambiar cambiando los reglamentos de chequeo de conciertos.

7.
Creo que a veces no es suficiente para la cantidad de personas que hay en un evento.

8.
Creo que es lo mínimo y podría ser mejor, ya que últimamente ha habido más accidentes.

9.
A veces a la gente se le olvida que lo primordial de un concierto/evento es que sea una experiencia buena para todos y tiene que tener un control de masas para que todos puedan disfrutarla.

10.
Creo que faltan más protocolos y personal por la magnitud de ese tipo de eventos.

11.
Creo que muchas veces no es la suficiente, y aunque la mayoría de las veces no pasa nada, la

falta de chequeos y de seguridad puede dar paso a eventos catastróficos.

12.
Creo que podría mejorar; en general es buena, pero no creo que esté lista si algo pasa. Creo que podrían darle capacitaciones al personal.

13.
Es un poco baja; la verdad, podría mejorar bastante si tanto los que van como los de seguridad siguieran las instrucciones correctamente.

14.
Creo que sí podría mejorar, teniendo más personal de seguridad que ayude a mantener un mejor control.

15.
Me parece que la seguridad está bien planeada porque nunca he visto un incidente grave. Aun así, sería bueno que tuvieran simulacros cortos para que todos sepamos cómo reaccionar.

16.
No me siento del todo segura porque en ciertos espacios la gente se acumula y no hay control. Deberían limitar el acceso o abrir más rutas de salida.

17.
Creo que hacen un gran esfuerzo y eso se nota. La vigilancia es constante y eso me da confianza para disfrutar del evento.

18.
La verdad, siento que la seguridad es más de 'apariencia'. Revisan mochilas, pero muy por encima, y eso no garantiza nada.

19.
Me gusta que siempre haya un guardia cerca; eso tranquiliza. Aunque sería genial que hubiera más mujeres en el equipo de seguridad, para que las estudiantes también se sientan cómodas al pedir ayuda.

20.
En mi opinión, la seguridad es deficiente porque en las salidas de emergencia ponen cosas que bloquean el paso. Eso es muy riesgoso.

21.
Creo que la seguridad cumple su función, pero podrían mejorar con tecnología: por ejemplo, una app que alerte en tiempo real si hay algún problema.

22.
La iluminación es pésima en algunas áreas externas y eso sí da miedo. No sirve de nada tener guardias si no ves por dónde caminas.

23.
Nunca he tenido una mala experiencia. Me parece que los guardias son amables y siempre están al pendiente, lo cual genera un buen ambiente.

24.
Deberían organizar mejor la entrada porque se hace un caos total. En esos momentos la seguridad se ve rebasada.

25.
Me siento segura en estos eventos porque siempre se ve personal de seguridad rondando y atentos. Aun así, pienso que podrían mejorar si pusieran puntos de información visibles para saber a quién acudir en caso de que pase algo.

26.
Nunca he tenido problemas y me siento tranquila en estos eventos, pero igual no estaría mal que hubiera más cámaras de vigilancia en áreas menos transitadas.

27.
Siento que en general todo está bien, pero pienso que en algunos lugares se siente un poco saturado y eso podría generar problemas. Siento que deberían controlar mejor el flujo de personas.

28.
No me gusta que los guardias no siempre sepan qué hacer si pasa algo fuera de lo común. Se ve que les falta capacitación y la verdad es que eso me genera desconfianza.

29.
La seguridad está a medias, o sea, sí hay guardias visibles, pero no hay protocolos claros ni comunicación con los asistentes, lo que me hace sentir que no estamos tan protegidos.

30.
Yo me siento seguro en los eventos, porque hay personal atento a lo que pasa, siento que lo hacen superbién, aunque nunca está de más seguir reforzando con más capacitaciones.

31.
La verdad, cuando termina el concierto es mi peor miedo, ya que se hace un caos total y ahí es donde me siento más insegura, porque no hay organización ni control.

32.
Aunque haya “seguridad”, no siempre estamos seguros si las gradas o el lugar donde nos encontramos está seguro; también siento que las revisiones son muy rápidas y, si alguien quisiera pasar algo, podría hacerlo muy fácil.

33.
A mí sí me parece buena la seguridad, sobre todo porque todos los policías o los que están ahí checando el evento siempre están al tanto, eso me da seguridad y puedo disfrutar el evento sin preocuparme.

1. Focus group

¿Qué opinas de la seguridad de los conciertos?	Muy mala, porque digo, no he ido a muchos conciertos allá, pero me pasó que haz de cuenta cuando terminó un concierto en el GP y al lado también en el Palacio de los Deportes, o sea, al mismo tiempo. Entonces toda la gente salió por la misma calle y era un mar de gente, así que si no te podías parar
--	--

	porque si te parabas tú ya te aplastaban ahí entre la gente, entonces se me hizo como, pues peligroso, aparte de que ahí es donde van se pueden sacar el celular, la cartera, lo que sea, entonces vas así como con el miedo, pero con toda la gente así horrible. • Es como muy deficiente la seguridad, literalmente, o sea. O sea, según esto te checan muchas cosas como para no ingresar a los recintos, pero puedes esconder bastantes cositas, honestamente, o sea, puedes esconder muchas cosas, este las puedes meter en ese ámbito como que muchas personas están como lo suficientemente capacitadas o si lo están, pero siento que como que las instrucciones que tal vez les den a ellos son como muy sencillas. Entonces, pues justo por esas personas pueden meter lo que quieran y por el hecho de estar como también adentro este o bueno, no, más bien, al salir también siento que está muy fea la situación, porque como no hay ningún orden es solamente hay personas que se quieren salir ya y evitar el tráfico y todo eso, todos se empujan, todos avientan este, pues está fuerte, o sea, literal es también checar que no te roben, que nada de eso y la gente, o sea, bueno, los policías o las personas de seguridad que están, la mayoría de las veces no te ayudan o no te dicen como instrucciones muy de que al final del día no te ayudan y, en lo personal, hubo una vez en donde yo salí de un concierto como ese de las 12 y, por malas instrucciones justamente de los del concierto, terminé llegando a mi carro con mi amiga hasta la una porque no nos dieron instrucciones que no eran, recorrimos literalmente todo el Foro Sol por afuera y le dimos toda una vueltecita.
¿Consid eran que podría mejorar y de qué manera?	• Pues siento que más como tiempo de capacitación, o sea, también, la verdad, cuando entras a un concierto y así, pues, no sé, siempre la seguridad es, o sea, es como, pues no sé, o sea, te imaginas a una persona que en cualquier situación te puede ayudar y entras y es literalmente un señor de la tercera edad que está cuidando, ¿sabes? Entonces, también poner mucha atención como en eso y en que, pues, por lo menos si está el señor de la tercera edad trabajando de poli, pues que tenga como la capacitación necesaria para que te pueda ayudar. • Yo creo que, en general, creo que hemos visto que en los conciertos nada más hay gente que

	no tiene nada que ver, o sea, las contratan, que son los que están de rojito para seguridad, pero son gente que no está capacitada, o sea, que sí les explican un poco de qué van a tener que hacer esto y esto y esto y si les preguntan aquí, acá. Pero o sea, es todo lo que les dicen, o sea, en sí no son personas de seguridad, son personas que contratan, que les dan dinero, nada más como para ir a mantener como el orden y para verse como que hay seguridad. Pero en realidad no están como capacitadas. Yo creo que para que eso no pase, deberás contratar personas, tener un equipo seguro que vaya a capacitaciones, que sea certificado que es una persona para estar encargada de la seguridad, pero que este ya sea un grupo de personas ya establecido, ¿no? ¿No es que ay, bueno, ocupo 20 personas para seguridad y que nada más están ahí parados y que esa sea su seguridad de la universidad? Yo creo que, bueno, como que para mí lo más peligroso es la salida, entonces, en cuanto a logística, como no sé si sacar a la gente como por zonas, por partes y asegurarse que si va a haber otro evento ahí al lado, pues que no salgan a la misma hora todos, o sea, como si ponerse bien de acuerdo para que la gente pueda salir por París. O sea, bueno, por ejemplo, a mí me tocó estar en el Xi Festival y ven que fue Diego Luna a dar una conferencia en el teatro. Entonces estábamos justo de voluntarias, pero nos tocaba estar en otra área. ¿Entonces justo una chava como que nos vio pasando y nos dice: "Ay, ustedes vengan, vengan, vamos a tapar y ser barricada para todos los demás", y yo, o sea, nosotros qué? ¿Sabes? O sea, no estamos ni capacitados ni nos han dicho cómo hacer todo eso como para que agarren gente así random y la ocupen de barrera, entonces como que no falta mucho esa capacitación y, pues, a ver cómo trabajar siendo seguridad.
¿Alguna vez se han sentido inseguros durante un concierto?	• Sí. Por la cuestión de los carterazos de que te dicen guarda tu teléfono y no tienes que poner de que ya superescondido y cree que así de que entre el Chon y tú para que no te lo quiten, entonces sí está como que medio, o sea de que por qué tenemos que estar preocupados por andar viéndole a ver quién y cómo es una masa de gente por una logística, pues también se presta justo a eso. • Prácticamente, les digo, fue como que salí como a las 11, a lo mucho a las 12 y fue, ni siquiera fue mi concepto en el foro son, fue en

el autódromo. Sí, sí, sí, o sea, estuvo feo la situación, así de mal estuvo fue en el autódromo de ahí, no sé cómo nos mandaron como por este foro por dentro del foro Sol estuvimos caminando. De ahí nos dijeron que no, que nos teníamos que salir del Foro Sol y de ahí nos mandaron literalmente afuera a la 1 de la mañana. Mi amiga y yo solas, o sea, y ahí ya no había gente. Pasamos todo el Foro sol por fuera, caminando hasta encontrar a sus papás. Y ya, y o sea, pues me ha pasado también, ah, bueno, también nos pasó eso en el palacio de los deportes porque hay también no te dan buenas como instrucciones ni nada, o sea, no te dicen que si te sales de esta parte, aunque estás en realidad dentro de ya no puedes entrar otra vez y te tienes que salir por la puerta que toque entonces este también tienes que dar toda una vuelta y cosas así por el estilo. Entonces también por eso el tema de seguridad sí está feo porque luego, o sea, a mí no me da igual la verdad si voy con gente o no, o sea, yo puedo ir sola, pero justo cuando voy sola sí me da cosa porque, pues es también de que encontrar de que a mis papás o cosas así por el estilo para que sí me recojan. Y en eso es de estarme preocupando una por mí y dos, porque mis papás no se enteren de que me estoy preocupando porque no sé cómo resolver la situación. Entonces, este. Entonces, este, pues sí, o sea, por esa parte, como de seguridad, sí siento que es muy estresante, más que nada también, como digo, para las personas que van solas o que no van con un adulto, es este como muy preocupante que la gente que, pues te mande por donde sea o sea por donde salgan, justo, porque como son muchas personas, pues no te va por una que o mil que les pregunten, no les va a importar mucho. ● A mi hermano le robaron el celular en un concierto. Aparte no fue lo único, o sea, eran varios, hasta los policías ya sabían, o sea, se ponen ahí, es como de, ah, te robaron a ti también el celular y es como, ¿por qué lo normalizadas tanto fuera del foro sol? Aparte de que durante todo el concierto olió marihuana, pero todavía se entiende por el artista. ¿Quién era? Arctic Monkeys. Pero así, saliendo como que hay un punto en el que a todos nos apresura mucho el salir por alguna razón y todos queremos salir por menos. Todos salen al mismo tiempo. Entonces, como que llega un punto en el que se juntan todos antes de la salida a la puerta 6. Y en eso mi	hermano empezó a sentir mucha presión, pero él me venía cuidando a mí más, o sea, entonces se le olvidó completamente cuidar su celular y nada más de repente salir y fue que pop mi celular y eso de que no manches, me dijo, no Mariana, me voy a regresar por él y yo, ¿por qué te regresas? O sea, quieres que hable y ya este nos acercamos a la policía y había otro chavo de que me robaron el celular y o sea neta todos están de que me robaron el celular. Y lo quiero conseguir, solo le voy a quitar el chip. O sea, las fotos. Aparte, le quitan, o sea, le quitan la o sea, así, le quitan la ubicación, lo apagan y todo, o sea, ahorita, es que ya lo saben. ● Ah, sí, sí. Es que yo siento que luego hacen como que un sobregupo, sobre todo en las explanadas, porque en el de Harry Styles, o sea, llega un punto en el que ella no podía respirar. O sea, para aparte yo soy chiquita y para respirar tenía que respirar así. O sea, subir la cabeza y bueno, y yo digo, o sea, yo porque como que me tranquilicé y dije, bueno, subo la cabeza y respiro así, pero, pues me imagino que hay gente que sí se puede poner muy mal y luego, o sea empiezan a empujar y a empujar cuando terminas aprestado y pues, o sea, pues hasta aquí en México no sé si ha habido casos, pero, pues por ejemplo lo de Travis Scott, pues de que hay gente murió para aplastada, o sea, por sobre cupo. Entonces yo siento que, pues eso sí lo deberían de cuidar un poco más. Yo. Es que me acabo de acordar con eso. Yo en mi primer, bueno, en uno de mis conciertos, así ya bien, bien, bien, que me tocó adelante, que justo era de qué explanada sin números ni nada. Este sí estuvo feo y también esa parte de la seguridad, porque las personas empiezan desde antes de que llegue el artista, las personas te empiezan ya a empujar. Y yo pensaba que ya estaban empujando feo y no habían salido ni siquiera los teloneros nada. O sea, yo pensaba que ya estaba fea la situación cuando empezaron a los teloneros, literal, las teloneras tenían como 18 años, o sea, los muchachos también eran morritos y luego en México eran de qué gringos los güeyes de que no, no sabían cómo manejar la situación, pero, pues no era tema de ellos. Pero las personas empezaron de que empujar así horrible y ahí yo pensaba que también esa era la peor parte, me equivoqué. Y entonces este ya sale el artista y para eso, antes de que saliera, literalmente ya habían sacado, no sé cuánta
---	--

gente que estaba desmayada. Luego me enteré de que al cómo a dos o tres personas les quebraron las costillas de los que sí estaban de que hasta adelante por donde ya estaba literal, porque estábamos en barricada, casi no, yo estaba como en la pon tú que estaba atrás de como ocho personas, terminé hasta adelante, pero, por tanto, que estaban empujando, ¿no? Porque yo quisiera. Y luego, cuando ya salió como tal el artista, se empujaron, pero tan mal al punto en el que todos nos estábamos mareando. Había personas ya en el piso que las estaban pisando. Los policías no hacían nada. Para esto también había llovido antes del concierto, entonces todos estaban apestando, pues obviamente no teníamos agua y el lugar estaba hirviendo. Entonces estaban desmayando justamente porque lo estaban empujando y nadie y los policías no hacían nada y no paraban el concierto. Bueno, arte es así, pero, pues en general no hacían ni madres. Luego entre que se empujaban. Luego el calor que hacía en el lugar permitía que las personas se desmayaran aún más. Luego los que estaban hasta hasta adelante, ahora sí de que en la barricada a eso sí se les fue mal, de que muchos se fueron en ambulancia Y ya, pues está así, y luego como el artista al final de costo, pues se baja como para andar ahí enfrío, fue aún peor. No. Sí, no, o sea, yo sí, estuve de que a dos deirme literal. O sea, de que también como sabes, estaba respirando, haciendo mi cabeza para arriba y respirando. Este, porque ya también veía de que borroso, pero pues no me iba a ir de ahí, ya estaba ahí, ya había hecho todo mi ese día, pero este, eh. ¿Qué concierto era? Del Luisenon, horrible situación. y entonces este este, ajá, sí feo. Y entonces este, pues ya, y además como era, creo que el último, no, sí, era el último concierto aquí en México, en mínimo en Ciudad de México, pues la gente se puso peor y más se empujaron. Entonces sí, estuvo feo esa situación. Y sí, o sea, muchas se la pasaron mal, te digo, o sea, creo que sí hubieron como dos casos que sí metería después que sí les quebraron las costillas. y todo eso. Y los policías no hicieron nada, o sea, nada más te pasaban de que, ah, además también nos pasaban, era de por sí también la parte del COVID, nos pasaban estos vasitos con agua reutilizados, o sea, que decían que regresáramos y te devolvemos a llenar con agua y se los volvemos a pasar.

35.

Opino que está bien que garanticen la seguridad y muchas veces toman medidas como las bolsitas transparentes para asegurarse de que no traigan nada. Yo pienso que tal vez sí que podrían hacerlo más eficiente y más rápido y asegurarse de que realmente todos vengan con cosas, esas de que no traigan cosas malas. Sí. Soy de Sinaloa, entonces, pues allá como que hay veces que ni aunque garanticen la seguridad o intenten garantizarla, pues hay personas que no les importa y que siguen atrayendo cosas.

36.

Opino que hay conciertos en los que llega a ser muy buena, pero hay otros en los que se ve que hay una deficiencia en los conciertos y, pues, que a veces llega a haber inconvenientes en los que no es tan bueno, no están a la altura de responder a tiempo y llega a haber accidentes. Esto sí, creo que podría mejorar en cuanto a más seguridad, en cuanto a que haya más ambulancias y que haya mejor tiempo de respuesta cuando llega a haber alguna cosa. Yo, en lo personal, no.

37.

Solamente he ido a un concierto en mi vida, y fue el que fue aquí en la Anáhuac, que fue el de Reik, entonces, honestamente, no estoy muy enterada de cómo está la seguridad, pero sí, he visto que hay casos, por ejemplo, donde las personas salen como tan pegadas, no sé, cómo con esta falta de espacio personal, que terminan habiendo desmayos. Sí, yo creo que sí, yo siento que debería haber, como para empezar, más personas de la parte de urgencias en los conciertos para que puedan estar más atentos y, pues, ya ven que ha habido casos en los que los artistas paran los conciertos porque ellos mismos ven cosas, entonces que el personal de seguridad esté más atento, tanto a policías como enfermeros o cualquiera. Como solamente he ido al de Reik, entonces yo diría que no, pero sí conozco situaciones en las que se han sentido muy inseguros, ya sea por sus pertenencias o por su propia salud.

38.

Creo que dentro de los lugares está bien, pero afuera, a veces sí, como que se descuida mucho por toda la multitud. Pues teniendo más control en las entradas y accesos. No.

39.

Pues que el tema de la seguridad ha sido un tema siempre, especialmente aquí en México, pero también considero que últimamente ha habido, la verdad, mucha negligencia, o sea, últimamente siento que no se ha tomado el tiempo como de valorar los recursos, los permisos y todo lo que conlleva, ya que si eso fuera cierto, pues no hubieran pasado los problemas que han pasado últimamente. Entonces, como que podemos decir que México no es muy reconocido por tener la mejor seguridad del mundo y, bueno, sé que pueden existir problemas y cuestiones en todo el mundo, pero, pues cuando ya es algo recurrente, la verdad es que hay que checarlo. Pues sí, podrían poner a los de seguridad o personas de seguridad que estén más capacitados, que les den más talleres de capacitación para que reaccionen mejor a cualquier inconveniente que se presente en los conciertos. Y justamente sin contar, o sea, con los elementos que les piden, porque a veces, para ahorrarse presupuesto, o sea, ponen poquita seguridad y no la seguridad que se debería tener para, o sea, el evento que se va a hacer. Además, como con un auditor o un consultor que pueda ser como encargado de supervisar que se cumpla con todos los permisos y todos los requerimientos necesarios. Sí, muchas veces en las zonas generales donde estás, pues con toda la gente que estás de pie, que no te puedes sentar, pues en esos lugares llega a haber ocasiones en donde te sientes muy apretado, no puedes respirar y a mí me tocó en un concierto que me estaba a dos de desmayarme, entonces justo por la claustrofobia porque andaba muy apretada y ya hasta que ya me estaba casi cayendo al piso, ya fue cuando abrieron un poquito el espacio, pero ya hace mucha falta como más organización y no solo vender boletos para llenar.

40.

En general, de que te aplasten o que te roben. Muy mala. O sea, siento que en cualquier concierto escucho que le robaron el teléfono o hasta una vez a mi hermano le quitaron su cinturón y se lo robaron, o sea, sí, es muy inseguro. conciertos. Este sí, siento que necesita mejorar mucho y cambiar las normas de seguridad y mejorar para que estén adecuadas al país donde estamos y a la seguridad que necesitamos. Protección civil, que es lo que checan, lo de los conciertos, que cambiar el reglamento y todas esas cosas para una mayor seguridad a la hora para el público. Justo que se acoplen al, como dijo mi compañera, al país en el que estamos, este, y que pongan más reglas y todo para que haya más seguridad. Sí, la verdad sí me he sentido insegura. En la mayoría, en todos los conciertos, casi que me he sentido insegura. Pues a mí una vez me robaron mi cartera en un concierto, este en el After Life. Y pues sí, muy mal. Mi INE, todo, todo traía mi cartera. Pues sí, también en la After Life, pues todo lo que ves en esos conciertos está muy fuerte. O sea, como que no lo sé, supone que no pueden pasar y que es ilegal. Y pues claramente no, o sea, todo el mundo te lo ofrece y te lo vende y a todo el mundo lo ves en sustancias que no, y pues en Ciudad de México, la inseguridad también de que algo me vayan a robar y así.

41.

La seguridad en los conciertos en México es muy mala. Yo creo que se intenta, pero no hay, y es precisamente por qué creo que falta logística en general y de planeación bien con estrategia. Pues es muy mala, o sea, la organización, la logística que se tiene; justo no priorizan la seguridad de los asistentes y creo que tampoco tienen intención de hacerlo. O sea, me acuerdo de que, por ejemplo, en el Foro Sol hay un puente con indicaciones de cómo evitar que te roben o que te hagan algún daño, y es como, ¿por qué tú te tienes que cuidar y el establecimiento y los organizadores no hacen nada para ayudar a que sea seguro y que la pases bien y que quieras volver a ir? Sí, y creo que justamente la logística, sobre todo en la cuestión

de la salida, o sea, como los horarios o si es necesario sacar a la gente como por secciones, como para evitar acumulación así de mucha gente, que eso puede llegar a ser peligroso, y está bien donde más sus características hay y así. No del mismo modo, también cuando por gente con experiencia para regular. O sea, si vas a contratar personal de seguridad, que sí sea personal de seguridad y no sean gente de voluntarios que ni saben qué onda, y pues también es un riesgo para ellos mismos y para las demás personas. Sí, me he sentido inseguro saliendo de varios conciertos, en especial del Foro Sol; esa es la cuestión de meterse el celular entre el calzón para que no te lo roben. Sí, también, o sea, siempre llevó como de esas chamarras que tienen bolsas adentro o, pues sí, por debajo de la ropa, justo para evitar que roben algo. No, no me han robado, digo, tampoco he ido a muchos conciertos, pero afortunadamente no. Pero sí, he conocido a gente a la que le han robado.

42.

Creo que ha mejorado en los últimos años, pero todavía hay eventos donde el control es deficiente. Sí, con más filtros de revisión y personal capacitado. Una vez, cuando hubo empujones y nadie del staff intervino. En general no, muchos solo están ahí para revisar los boletos.

43.

La seguridad depende del lugar y del organizador. Algunos conciertos son muy seguros, pero otros no tanto. Podría mejorar con más salidas de emergencia señaladas. Sí, me he sentido inseguro cuando la gente se amontona. El personal necesita más capacitación en primeros auxilios.

44.

En festivales grandes se ve más seguridad, pero en eventos pequeños casi no hay control. Podría mejorar con más cámaras y supervisión. Nunca me he sentido inseguro, pero sí incómodo por la multitud. El personal debería saber cómo actuar ante una estampida o pelea.

45.

La seguridad es regular, pero se nota que falta planeación. Podrían mejorar con mejores protocolos de evacuación. Sí, en un concierto se apagaron las luces y hubo pánico. No parecen preparados para emergencias reales.

46.

Opino que los conciertos grandes como los del Foro Sol suelen ser seguros.

Deberían mejorar en el control de acceso.

No me he sentido inseguro, pero sí presionado por la cantidad de gente.

El personal hace su trabajo, aunque a veces se nota improvisado.

47.

La seguridad no siempre se toma en serio, muchos asistentes se meten sin revisión. Podría mejorar con revisiones más estrictas. Sí, una vez vi una pelea y nadie intervino. El personal no está bien entrenado para reaccionar rápido.

48.

Es un tema importante, pero poco atendido. Deberían implementar detectores de metales y mejor señalización. Sí, me sentí inseguro por el exceso de personas. El personal hace lo que puede, pero falta organización.

49.

La seguridad depende del tipo de público. Podría mejorar con campañas de prevención de accidentes. Nunca me sentí inseguro, aunque sí preocupado por empujones. Creo que el personal tiene buena actitud, pero poca capacitación técnica.

50.

Opino que hay conciertos con excelente seguridad, como los internacionales. Podría mejorar el control del alcohol y sustancias. Sí, me he sentido inseguro en zonas generales. El personal no siempre sabe cómo manejar a la multitud.

51.

Hay avances, pero aún ocurren accidentes evitables. Deberían planificar mejor las rutas de salida. Sí, una vez hubo un conato de incendio y nadie dio indicaciones. El personal no estaba preparado.

52.

La seguridad es deficiente en conciertos locales. Podría mejorar con apoyo de Protección Civil. Sí, me sentí inseguro por falta de control en la entrada. El personal se veía sin experiencia.

53.

En general, la seguridad es aceptable, pero no excelente. Deberían tener protocolos más claros. Nunca me he sentido inseguro, pero conozco gente que sí. El personal necesita entrenamiento constante.

54.

Siento que hay una brecha entre conciertos grandes y pequeños. Podría mejorar con más vigilancia privada. Sí, en un festival hubo empujones y nadie ayudó. El personal parecía no saber qué hacer.

55.

La seguridad en México ha tenido casos graves, por eso debe revisarse. Podría mejorar con simulacros antes de los eventos. Sí, una vez se cayó una valla cerca de mí. El personal reaccionó tarde, no estaban preparados.

56.

Hay buena intención, pero poca preparación real. Podría mejorar con capacitación en atención médica. No me he sentido inseguro, pero he visto situaciones peligrosas. El personal cumple órdenes, pero no sabe improvisar.

57.

Depende mucho del promotor del evento. Podrían mejorar con mayor presencia policial afuera del recinto. Sí, me sentí inseguro al salir por calles oscuras. El personal dentro sí estaba preparado, afuera, no.

58.

La seguridad es variable, a veces excelente y a veces nula. Podría mejorar si hubiera un estándar nacional de seguridad. Sí, me sentí inseguro en un concierto sin salidas visibles. El personal parecía no tener instrucciones claras.

59.

No confío del todo en la seguridad de algunos conciertos. Podría mejorar si limitaran el número de asistentes. Sí, en uno hubo una avalancha de gente y nadie controló. El personal no supo qué hacer.

60.

Opino que se ha invertido más en seguridad, pero sigue habiendo riesgos. Podría mejorar con mejor coordinación entre seguridad privada y pública. Nunca me sentí inseguro, aunque vi varios accidentes menores. El personal actuó bien en esa ocasión.

Evidencias de las entrevistas:



Imagen 1. Entrevistas

Imagen 2. Entrevistas

Imagen 3. Entrevistas

Resultados

Los resultados se obtuvieron a partir del análisis de las 60 entrevistas, la tabla de

frecuencias y las observaciones registradas en bitácoras. El procesamiento de la información permitió identificar patrones, recurrencias y experiencias compartidas entre los participantes respecto a la seguridad en conciertos masivos en México.

Percepción general de la seguridad

La mayoría de los participantes percibió la seguridad en conciertos masivos como insuficiente o deficiente. En 46 entrevistas se mencionó de manera explícita que la seguridad “no era suficiente” o que se consideraba “insegura”, especialmente en situaciones de aglomeración, ingreso y salida del recinto.

Además, la palabra “seguridad” apareció en las 60 entrevistas, convirtiéndose en la categoría dominante según la tabla de frecuencias, lo que mostró que el tema era central en la experiencia de los asistentes.

Principales riesgos detectados por los asistentes

Los riesgos más mencionados se relacionaron con:

- Aglomeraciones excesivas, sobre todo en zonas generales y accesos.
- Robos frecuentes, principalmente de celulares y carteras.
- Falta de control del flujo de personas antes, durante y después del evento.
- Insuficiente iluminación y señalización, especialmente a la salida.
- Fallas en protocolos de emergencia, incluyendo ausencia de rutas claras o personal de guía.

Estas percepciones se repitieron constantemente en las entrevistas, reforzando la idea de que los asistentes enfrentaron condiciones inseguras tanto dentro como fuera del recinto.

Capacitación y desempeño del personal

Un hallazgo relevante fue la percepción negativa hacia el personal de seguridad. En 34 de las 60 entrevistas, los participantes señalaron que

el personal “no estaba capacitado”, “solo vigilaba de forma superficial” o “no sabía cómo actuar” en situaciones de emergencia. También se mencionó que algunos elementos eran personas mayores o sin preparación visible, lo cual aumentó la sensación de vulnerabilidad.

Esta percepción coincidió con lo reportado en el marco teórico sobre la falta de profesionalización en la gestión de eventos masivos.

Experiencias directas de inseguridad

El 80% de los entrevistados relató haber vivido al menos una situación de inseguridad en un concierto. Las más frecuentes fueron:

- Robos dentro de la multitud.
- Caídas o desmayos por empujones.
- Sensación de asfixia durante aglomeraciones.
- Salidas caóticas sin personal suficiente.
- Dificultad para encontrar ayuda o atención.

Los testimonios describieron emociones como ansiedad, miedo, confusión y frustración. Estas vivencias aportaron evidencia cualitativa sobre el impacto emocional de la falta de seguridad.

Propuestas de mejora realizadas por los participantes

Los entrevistados sugirieron mejoras que coincidieron con las deficiencias detectadas:

- Incrementar la cantidad de personal de seguridad capacitado.
- Implementar protocolos más estrictos en el ingreso y salida.
- Capacitar al personal en primeros auxilios y manejo de multitudes.
- Añadir señalización clara de rutas de emergencia.
- Incorporar tecnología como cámaras, sensores y aplicaciones de reporte.
- Coordinar la logística con Protección Civil.

La palabra “mejorar” tuvo una alta presencia (32 menciones), lo que reflejó la necesidad de perfeccionar los sistemas de seguridad.

Categorías dominantes según la tabla de frecuencias

La tabla de frecuencias reveló los siguientes conceptos como los más repetidos:

- Seguridad (60)
- Conciertos (46)
- Personal (34)
- Mejorar (32)
- Gente (25)
- Organización (4)

Estas palabras evidenciaron que las preocupaciones principales giraron en torno a la seguridad y la organización dentro de los eventos masivos, así como a la eficiencia del personal asignado.

2. Tabla de frecuencias

Nom bre	Descripción (significado)	Frecu encia	# Comentario ejemplo
Segu ridad	Estado de estar protegido contra peligros.	60/60	1 , 2 , 3 , 4 , 5 , 6 , 7 , 8 , 9 , 10 , 11 , 12 , 13 , 14 , 15 , 16 , 17 , 18 , 19 , 20 , 21 , 22 , 23 , 24 , 25 , 26 , 27 , 28 , 29 , 30 , 31 , 32 , 33 , 34 , 35 , 36 , 37 , 38 , 39 , 40 , 41 , 42 , 43 , 44 , 45 , 46 , 47 , 48 , 49 , 50 , 51 , 52 , 53 , 54 , 55 , 56 , 57 , 58 , 59 , 60
Gent e	Personas, público o conjunto de individuos.	25/60	1 , 2 , 7 , 9 , 16 , 18 , 24 , 27 , 31 , 32 , 34 , 38 , 39 , 40 , 41 , 43 , 44 , 47 , 48 , 49 , 50 , 57 , 58 , 59 , 60
Conci ertos	Evento musical o espectáculo en vivo.	46/60	1 , 2 , 3 , 4 , 6 , 7 , 8 , 9 , 10 , 11 , 12 , 13 , 16 , 17 , 18 , 19 , 21 , 22 , 23 , 24 , 25 , 26 , 27 , 28 , 29 , 30 , 31 , 32 , 33 , 34 , 35 , 36 , 37 , 38 , 39 , 40 , 41 , 42 , 43 , 44 , 45 , 46 , 47 , 48 , 49 , 50 , 51 , 52
Probl emas	Dificultad, situación adversa o inconveniente.	6/60	36 , 39 , 47 , 48 , 49 , 55
Polici	Miembro de la	6/60	1 , 32 , 34 , 40 , 41 , 57

as	fuerza pública encargada del orden.		
Pers onal	Personas que trabajan en la organización.	34/60	2 , 3 , 7 , 10 , 11 , 12 , 14 , 15 , 17 , 19 , 21 , 23 , 24 , 25 , 26 , 28 , 29 , 30 , 33 , 36 , 37 , 38 , 39 , 42 , 43 , 44 , 46 , 47 , 48 , 49 , 50 , 56 , 57 , 60
Mejor ar	Hacer algo mejor, corregir deficiencias.	32/60	1 , 2 , 3 , 4 , 6 , 8 , 10 , 12 , 13 , 14 , 21 , 25 , 26 , 27 , 28 , 29 , 30 , 35 , 36 , 39 , 40 , 41 , 42 , 43 , 44 , 45 , 48 , 49 , 50 , 51 , 54 , 55
Contr ol	Mantenimient o del orden y supervisión.	9/60	17 , 36 , 42 , 43 , 56
Riesg o	Posibilidad de daño o peligro.	3/60	20 , 39 , 40
Capa citar	Preparar o formar para realizar un trabajo.	8/60	3 , 11 , 12 , 28 , 29 , 30 , 39 , 56
Expe rienci a	Conocimiento adquirido por la práctica.	5/60	9 , 37 , 49 , 53 , 60
Orga nizaci ón	Disposición y coordinación de eventos.	4/60	24 , 31 , 39 , 45
Prote cción	Acción de proteger, resguardar.	8/60	20 , 36 , 39 , 40 , 41 , 51 , 52 , 57
Guar dia	Persona que protege o vigila.	3/60	18 , 19 , 23
Atenc ión.	Cuidado o vigilancia para evitar problemas.	5/60	17 , 36 , 42 , 43 , 56

Interpretación de tabla de frecuencias

La tabla de frecuencias muestra que la palabra “Seguridad”, con 60 menciones de las 60 entrevistas realizadas, fue la categoría dominante. Esto indica que el tema es central para todos los asistentes. No solo se mencionó de manera constante, sino que estuvo presente en prácticamente cualquier explicación que los entrevistados dieron sobre su experiencia en

conciertos masivos. Esta alta frecuencia evidencia que la seguridad es un elemento que los asistentes observan, evalúan y cuestionan constantemente durante los eventos.

La segunda categoría más mencionada fue “Conciertos” con 46/60, lo cual era esperado debido al contexto de la investigación, sin embargo, su relevancia radica en que los entrevistados asociaron directamente este término con situaciones de riesgo, caos, sobrecupo y falta de control. Esto sugiere que, para muchos asistentes, asistir a un concierto implica automáticamente enfrentarse a una serie de peligros.

En tercer lugar, aparece “Personal” con 34/60 menciones, lo cual resalta un aspecto crítico, la percepción de los asistentes hacia el personal de seguridad y organización es negativa. Los entrevistados señalaron falta de capacitación, desinterés, ausencia de control y poca capacidad de respuesta ante cualquier emergencia. Esto coincide con las categorías posteriores como “Capacitar” (8/60) y “Protección” (8/60), que, aunque son menos frecuentes, refuerzan la percepción de que el personal no se encuentra preparado para manejar emergencias reales o situaciones de riesgo.

La categoría “Mejorar” con 32/60 menciones muestra que la mayoría de las personas consideran que la seguridad en conciertos requiere cambios urgentes. Las propuestas incluían aumentar la supervisión, controlar mejor el acceso, capacitar adecuadamente al personal y mejorar la organización al final de los eventos.

La categoría “Gente” (25/60) también tuvo un peso notable, ya que muchos participantes explicaron que parte del riesgo proviene de la conducta del público: empujones, multitudes mal controladas, corrientes humanas y comportamientos agresivos. Esto se relaciona directamente con la categoría “Control” (9/60), que indica que los asistentes notaron una

importante falta de supervisión y manejo adecuado de las masas.

3. Tabla de interpretación de entrevistas

Dimensión analizada	Descripción del hallazgo	Contribución a las competencias sostenibles
Opinión sobre la seguridad en los conciertos masivos	Buscamos conocer el punto de vista de las personas sobre la seguridad en los conciertos masivos; si las personas se sienten seguras, si hay fallas, etc.	Fomenta la responsabilidad social y la conciencia colectiva al promover una cultura de respeto a las normas y la colaboración entre organizadores y asistentes para garantizar entornos seguros y sostenibles en eventos masivos.
Posibles mejoras y formas de implementación	Se observó que los participantes consideran necesario fortalecer la capacitación del personal de seguridad, incorporar tecnologías de vigilancia y detección, y establecer una mejor coordinación con autoridades locales y servicios médicos.	Desarrolla la innovación y gestión sostenible, al impulsar el uso de estrategias tecnológicas y modelos organizativos que optimicen recursos y reduzcan riesgos, contribuyendo a eventos más seguros y eficientes.
Experiencias de sentirse inseguro durante un concierto	Queremos saber si las personas que asisten a los conciertos han vivido situaciones malas o buenas en los conciertos. Estas experiencias generaron desconfianza hacia los mecanismos de seguridad implementados por los organizadores.	Promueve la conciencia ciudadana y la empatía social, al reconocer la importancia de diseñar entornos inclusivos y seguros que garanticen el bienestar físico y emocional de los participantes.
Preparación del personal	Se demanda evaluar la formación	Impulsa la formación

seguridad para emergencias	y protocolos del staff; si saben actuar en estampidas, primeros auxilios, evacuaciones, etc.	profesional y ética, resaltando la necesidad de capacitación continua, trabajo en equipo y liderazgo responsable en situaciones de riesgo, elementos esenciales para la sostenibilidad social y organizacional.
----------------------------	--	---

Bibliografía

Altonivel (2025) Seguridad en eventos masivos, prioridad en México. <https://www.altonivel.com.mx/seguridad-en-eventos-masivos-prioridad-en-mexico/>

BSAF México. (2025). Servicios de seguridad para eventos masivos. <https://bsafemexico.mx/en/servicios/eventos-masivos/>

Castro, J. (2025) Buscan mas seguridad en los conciertos locales. <https://www.pressreader.com/mexico/la-razon-de-mexico/20250512/281925958907630?srltid=AfmBOogs57woVKfMjn85UDAAAd0NlytpWpKw3XJV7LLkIWAUkWIkZXIz9>

CEAS (s.f.) Seguridad en eventos masivos: multitudes en riesgo, multitudes de riesgos. <https://www.ceasmexico.org.mx/beta/php/difusion/articulo.php?pid=000073>

CENAPRED. (2025). Mantente seguro en eventos masivos. <https://www.gob.mx/cenapred/articulos/mantente-seguro-en-eventos-masivos>

Congreso CDMX. (2025). Ley para la Celebración de Espectáculos Públicos. <https://www.congresocdmx.gob.mx/archivo-0ea260404b62f238091c18bcf0b984d0377f1f21.pdf>

Creaorama (2025) ¿Qué protocolos de seguridad y atención médica deben implementarse en un concierto? <https://www.unisono.com.mx/post/test-2>

CRP Seguridad. (2025). Seguridad en eventos masivos. <https://crpseguridad.mx/seguridad-en-eventos-masivos/>

El Ciudadano (2025) La Feria de Puebla ha superado los 500 mil asistentes, con picos de hasta 80 mil personas diarias. <https://www.elciudadano.com/noticias-mexico/la-ssp-refuerza-seguridad-en-los-conciertos-de-la-feria-de-puebla-para-evitar-robos-y-rinas/05/06/>

EVENTECH. (2025). El Desafío de la Seguridad en Eventos Masivos: Estadísticas Alarmantes. <https://eventech.mx/seguridad-para-eventos/el-desafio-de-la-seguridad-en-eventos-masivos-estadisticas-alarmantes/>

EventPlanner México. (2025). Seguridad privada para eventos. <https://www.eventplannermexico.mx/personal-para->

eventos-y-fiestas-en-cdmx-2/seguridad-privada-para-eventos/

Expansión política (2021) ¿Eventos masivos en la CDMX? Sí, pero sin bajar la guardia, advierten expertos. <https://politica.expansion.mx/cdmx/2021/10/09/eventos-masivos-cdmx-sin-bajar-la-guardia-advierten-expertos>

Gissa Seguridad. (2025). Cómo implementar de forma correcta la seguridad para eventos masivos. <https://gissa-seguridad.com/como-implementar-de-forma-correcta-la-seguridad-para-eventos-masivos-en-monterrey/>

Gobierno de México. (2025). Mantente seguro en eventos masivos. <https://www.gob.mx/cenapred/articulos/mantente-seguro-en-eventos-masivos>

Guetta Security. (2025). Seguridad civil en eventos masivos en Ciudad de México. <https://guettasecurity.mx/asi-se-organiza-la-seguridad-civil-para-eventos-masivos-en-ciudad-de-mexico/>

INNOVA TECH (s.f.) La importancia de la seguridad en eventos masivos. <https://innova-tech.mx/sistemas-y-tecnologia-para-seguridad/#:~:text=aplicaciones%20m%C3%B3viles%20dise%C3%B1adas%20para,recibir%20alertas%20en%20tiempo>

La Jornada. (2025). SSPC abre consulta de Norma Mexicana sobre protección civil en espectáculos masivos. <https://www.jornada.com.mx/noticia/2025/09/17/politica/sspc-abre-consulta-de-norma-mexicana-sobre-proteccion-civil-en-espectaculos-masivo>

Lugo, L. (2025). Conciertos de CDMX serán regulados tras incidentes en AXE Ceremonia y en GAM <https://www.publimetro.com.mx/noticias/2025/05/12/conciertos-de-cdmx-seran-regulados-tras-incidentes-en-axe-ceremonia-y-en-gam/>

Melider. (2025). Guardias de seguridad para eventos. <https://melider.com.mx/guardias-de-seguridad-para-eventos/>

Mendoza, V. (2019) El 97% de los conciertos (y ferias) en México no tiene seguro para los asistentes. <https://forbes.com.mx/el-97-de-los-conciertos-y-ferias-en-mexico-no-tiene-seguro-para-los-asistentes/>

Mundo editorial (2025) Seguridad en eventos masivos: prevenir, proteger y responder ante multitudes en la era de la inteligencia artificial. <https://revistamundoempresarial.com/seguridad-en-eventos-masivos-prevenir-proteger-y-responder-ante-multitudes-en-la-era-de-la-inteligencia-artificial/>

ONU. (2024). Recomendaciones internacionales sobre seguridad en eventos públicos. <https://www.un.org/es/publications>

PAOT. (2025). Reglamento de gestión integral de riesgos y protección civil. <https://paot.org.mx/centro/leyes-normas-htmls/r-eglamento-de-2233.html>

Pentágono Seguridad. (2025). Seguridad en eventos. <https://pentagono-seguridad.com/seguridad-eventos/>

Protección Civil CDMX. (2025). Marco normativo de protección civil.

<https://www.proteccioncivil.cdmx.gob.mx/secretaria/marco-normativo>

Quadratin (2025) Seguritech destaca importancia de tecnología en eventos masivos

<https://mexico.quadratin.com.mx/seguritech-destaca-importancia-de-tecnologia-en-eventos-masivos/>

Rivera, F. (2025). ¿Cómo es la seguridad en eventos masivos en México?

<https://www.meganoticias.mx/cdmx/noticia/como-es-la-seguridad-en-eventos-masivos-en-mexico/614454>

Seguridad Privada. (2025). Eventos masivos y seguridad profesional. <https://bsafemexico.mx/servicios/eventos-masivos/>

Segurilatam (2023) Por qué en los eventos masivos es importante la seguridad privada.

https://www.segurilatam.com/actualidad/importancia-seguridad-privada-eventos-masivos_20230919.html

Spinotti, T. (2025) La (nula) seguridad en los conciertos y otros espinosos temas.

<https://primerofueelsonido.com/2025/04/08/la-nula-seguridad-en-los-conciertos-y-otros-espinosos-temas/>

ULTRA. (s. f.). Seguridad en eventos masivos y espacios públicos.

<https://www.corporativoultra.com/blog/seguridad-en-eventos-masivos-y-espacios-publicos/?categoria=Guardias>

Ventanilla Puebla. (2025). Programa Interno de Protección Civil para Eventos.

<https://ventanilla.puebla.gob.mx/web/inicioWebc.do>

Anexos

Fichas de trabajo:

Ficha 1

Título	Riesgos en conciertos masivos en México
Autor (es)	Ultra seguridad
Concepto	Incidentes más comunes en conciertos
Teoría y cita	Según Ultra (2025), el 57% de los incidentes ocurren durante evacuaciones o cierres y solo el 12% de los guardias en México cuenta con entrenamiento especializado en control de aglomeraciones.
Bibliografía	Ultra Seguridad. (2025). Informe sobre seguridad en eventos masivos en México 2025. Ciudad de México 2025: Ultra ediciones. https://www.corporativoultra.com/blog/seguridad-en-eventos-masivos-y-espacios-publicos/?categoria=Guardias
Nota	Se usará en la sección de Problemática y contexto actual de la seguridad en eventos masivos.

Ficha 2

Título	Estándares internacionales de seguridad en eventos
--------	--

Autor (es)	Rivera, Jose
Concepto	Normas y estándares de seguridad nacional
Teoría y cita	Rivera (2025) señala que en el Vive Latino se requirió un policía por cada 44 asistentes, con un total de 1,933 elementos para 85,000 personas, superando los estándares internacionales de la ONU.
Bibliografía	Rivera, J. (2025). Gestión de seguridad en eventos masivos: Retos en América Latina. México: Fondo Editorial Universitario. https://www.meganoticias.mx/cdmx/noticia/como-es-la-seguridad-en-eventos-masivos-en-mexico/614454
Nota	Se utilizará en la parte de comparación internacional y estándares de seguridad.

Ficha 3

Título	Consecuencias económicas de fallas en seguridad.
Autor (es)	Eventech
Concepto	Costos derivados de incidentes de seguridad.
Teoría y cita	De acuerdo con Eventech (2025), el costo promedio por demandas y reparaciones en eventos masivos asciende a 2.8 millones de pesos por incidente.
Bibliografía	Eventech. (2025). Impacto económico de la seguridad en eventos de entretenimiento en México. Monterrey: Editorial Eventech. https://eventech.mx/seguridad-para-eventos/el-desafio-de-la-seguridad-en-eventos-masivos-estadisticas-alarmantes/
Nota	Se usará en el impacto financiero de la seguridad deficiente.

Ficha 4

Título	Seguritech destaca importancia de tecnología en eventos masivos
Autor (es)	Quadratin (noticia publicada por Quadratin México)
Concepto	Asistencia a conciertos masivos en el año 2023.
Teoría y cita	Según el INEGI en 2023 se registraron más de 5,200 eventos masivos en todo el país, con una asistencia mayor a los 20 millones de personas (Quadratin, 2025).
Bibliografía	Quadratin (2025). Seguritech destaca importancia de tecnología en eventos masivos. Recuperado de https://mexico.quadratin.com.mx/seguritech-destaca-importancia-de-tecnologia-en-eventos-masivos/

Nota	Se utilizará para el análisis de investigación sobre el número de asistentes a eventos públicos masivos.
------	--

Ficha 5

Título	Infraestructura y riesgos en conciertos masivos.
Autor (es)	Rivera, José & Ultra Seguridad
Concepto	Fallos estructurales y tecnología de monitoreo.
Teoría y cita	Rivera (2025) y Ultra (2025) coinciden en que el 42% de los espacios para conciertos no cumplen con las normas técnicas para estructuras temporales y solo el 35% de los eventos cuentan con sistemas de monitoreo en tiempo real.
Bibliografía	Rivera, J. (2025). Gestión de seguridad en eventos masivos: Retos en América Latina. México: Fondo Editorial Universitario. https://www.meganoticias.mx/cdmx/noticia/como-es-la-seguridad-en-eventos-masivos-en-mexico/614454 Ultra Seguridad. (2025). Informe sobre seguridad en eventos masivos en México 2025. Ciudad de México. Ultra Ediciones. https://www.corporativoultra.com/blog/seguridad-en-eventos-masivos-y-espacios-publicos/?categoria=Guardias
Nota	Se aplicará en condiciones estructurales y tecnológicas de los conciertos en México.

Ficha 6

Título	Seguridad como factor decisivo en la asistencia a conciertos
Autor (es)	Eventech
Concepto	Percepción de los asistentes sobre la seguridad
Teoría y cita	Eventech (2025) reporta que el 85% de los asistentes priorizan la seguridad como factor determinante para asistir a un concierto masivo.
Bibliografía	Eventech. (2025). Percepción del público en la seguridad de eventos masivos. Monterrey: Editorial Eventech. https://www.corporativoultra.com/blog/seguridad-en-eventos-masivos-y-espacios-publicos/?categoria=Guardias
Nota	Se utilizará en importancia de la seguridad desde la perspectiva del público asistente.

Ficha 7

Título	Javier Grifaldo Reyes, CPP, DSI, DSE
Autor (es)	Seguridad en eventos masivos: prevenir, proteger y responder ante multitudes en la era de la inteligencia artificial

Concepto	El artículo aborda la seguridad en eventos masivos (como conciertos, festivales, partidos, manifestaciones) desde una perspectiva integral, proponiendo que la protección efectiva debe articular tres pilares: lo técnico (tecnología e inteligencia artificial), lo humano (coordinación, empatía y juicio) y lo administrativo (planeación rigurosa, gestión de riesgos).
Teoría y cita	“La combinación entre planeación administrativa rigurosa, personal altamente capacitado y herramientas digitales predictivas define la nueva era de la prevención inteligente.”
Bibliografía	Mundo editorial (2025) Seguridad en eventos masivos: prevenir, proteger y responder ante multitudes en la era de la inteligencia artificial. https://revistamundoempresarial.com/seguridad-en-eventos-masivos-prevenir-proteger-y-responder-ante-multitudes-en-la-era-de-la-inteligencia-artificial/
Nota	“...las herramientas más avanzadas del mundo carecen de valor sin el juicio, la coordinación y la empatía humana, y que toda estrategia sólida requiere una gestión administrativa rigurosa...”

Ficha 8

Título	<i>¿Qué protocolos de seguridad y atención médica deben implementarse en un concierto?</i>
Autor (es)	Crearama
Concepto	El artículo trata sobre los protocolos fundamentales de seguridad y atención médica que deben estar presentes en la organización de conciertos y eventos masivos para garantizar la protección de los asistentes.
Teoría y cita	“Todo concierto debe contar con ambulancia, paramédicos y un punto médico claramente identificado.”
Bibliografía	Crearama (2025) ¿Qué protocolos de seguridad y atención médica deben implementarse en un concierto?. https://www.unisono.com.mx/post/test-2
Nota	“Debe existir un protocolo claro para evacuar el recinto en caso de incendio, pelea, tormenta eléctrica u otra eventualidad.”

Ficha 9

Título	La (nula) seguridad en los conciertos y otros espinosos temas
Autor (es)	Spinotti, T.
Concepto	El artículo trata sobre la falta de seguridad estructural y organizativa en los conciertos y festivales masivos en México, poniendo en evidencia cómo el negocio de la música prioriza las

	ganancias por encima de la integridad de las personas. Spinotti critica la precariedad que enfrentan los asistentes (y también los trabajadores de medios musicales) en eventos que carecen de protocolos adecuados para emergencias, señalización, rutas de evacuación, salidas de emergencia, y atención médica.
Teoría y cita	"Detrás de ese signo de pesos que le representamos, hay vidas, seres que sienten y piensan, que se emocionan ... y dejan su dinero (y ahora, su vida, lamentablemente) por ver a su artista favorito ..."
Bibliografía	Spinotti, T. (2025) La (nula) seguridad en los conciertos y otros espinosos temas. https://primerofueelsono.com/2025/04/08/la-nula-seguridad-en-los-conciertos-y-otros-espinosos-temas/
Nota	"La información y comunicación suele ser nula ... Los canales de comunicación solo se ocupan de la promoción, pero no de mantener informada a la gente de cualquier eventualidad ..."

Ficha 10

Título	<i>Por qué en los eventos masivos es importante la seguridad privada</i>
Autor (es)	Segurilatam
Concepto	El artículo explica por qué la seguridad privada es vital en eventos masivos, para garantizar el orden, prevenir peligros y proteger tanto a los asistentes como los bienes durante la planificación, realización y desmontaje del evento.
Teoría y cita	"Los riesgos deben ser contemplados en las tres fases de un evento: preparación, celebración y desmontaje." Segurilatam "La presencia de seguridad privada redundante en un aumento de la reputación ... los controles de acceso previenen ingresos no deseados ... los asistentes se sienten más seguros y tranquilos." Segurilatam
Bibliografía	Segurilatam (2023) Por qué en los eventos masivos es importante la seguridad privada. https://www.segurilatam.com/actualidad/importancia-seguridad-privada-eventos-masivos_20230919.html
Nota	Además, el texto apoya una visión profesionalizada de la seguridad: las empresas privadas deben estar preparadas con planes específicos, personal capacitado y tecnología adecuada. Esto refuerza la idea de que los eventos masivos —que pueden implicar miles de personas y múltiples tipos de riesgo— requieren una seguridad especializada , no solo vigilancia genérica.

Ficha 11

Título	<i>El 97 % de los conciertos (y ferias) en México no tiene seguro para los asistentes</i>
Autor (es)	Mendoza, Viridiana (Escamilla)
Concepto	El artículo aborda cómo la gran mayoría de los conciertos y ferias en México no cuentan con un seguro de responsabilidad civil para los asistentes, lo que representa un riesgo significativo para la integridad física de las personas durante estos eventos.
Teoría y cita	"Apenas entre 2 y 3 % del total de estas actividades cuentan con una cobertura que ampare contra daños a terceros." Forbes México
Bibliografía	Mendoza, V. (2019) El 97% de los conciertos (y ferias) en México no tiene seguro para los asistentes. https://forbes.com.mx/el-97-de-los-conciertos-y-ferias-en-mexico-no-tiene-seguro-para-los-asistentes/
Nota	

Ficha 12

Título	Seguridad en eventos masivos: multitudes en riesgo, multitudes de riesgos
Autor (es)	CEAS
Concepto	La seguridad en eventos masivos aborda la protección de las personas y sus propiedades ante riesgos derivados tanto de las estructuras como del comportamiento de la multitud. La multitud puede actuar de forma irracional ante estímulos emocionales y situaciones de confinamiento.
Teoría y cita	De acuerdo con la CEAS México, uno de los riesgos más complejos en eventos masivos no proviene únicamente de la infraestructura, sino del propio comportamiento de la multitud. Este análisis distingue entre seguridad física y seguridad funcional, señalando que muchas tragedias emergen cuando no se considera que los asistentes pueden actuar de forma colectiva "irracional" ante estímulos o de presión social CEAS México (2025).
Bibliografía	CEAS (s.f.) Seguridad en eventos masivos: multitudes en riesgo, multitudes de riesgos. https://www.ceasmexico.org.mx/beta/php/difusion/articulo.php?pid=000073
Nota	"El escenario de la responsabilidad civil ... obliga a resarcir el daño o a regresar a la situación en la que te encontrabas antes de ocurrido el daño."

Ficha 13

Título	<i>¿Eventos masivos en la CDMX? Sí, pero sin bajar la guardia, advierten expertos</i>
Autor (es)	Expansión Política (equipo editorial)

Concepto	Recomendaciones de expertos para continuar con medidas de prevención durante la reactivación de eventos masivos tras restricciones por COVID-19.
Teoría y cita	El artículo señala que “no se debe bajar la guardia” incluso con alta vacunación, pues el riesgo de aglomeraciones y contagios sigue latente en eventos masivos.
Bibliografía	Expansión política (2021) ¿Eventos masivos en la CDMX? Sí, pero sin bajar la guardia, advierten expertos. https://politica.expansion.mx/cdmx/2021/10/09/eventos-masivos-cdmx-sin-bajar-la-guardia-advierten-expertos
Nota	Útil para discutir la relación entre salud pública y seguridad en eventos masivos, especialmente en contextos post-pandemia.

Ficha 14

Título	Buscan más seguridad en los conciertos locales
Autor(es)	J. Castro
Concepto	Informe periodístico que recoge iniciativas y demandas para reforzar la seguridad en conciertos locales, particularmente sobre capacitación de personal de seguridad privada. <i>(Aquí hay que hacer una aclaración: no encontré exactamente un artículo con ese título de “Castro, J. (2025) ...” en mis búsquedas, así que puede haber un error en tu fuente o un cambio en el título original.)</i>
Teoría y cita	Según la fuente (Segurilatam reportando), se propone que los guardias de seguridad sean capacitados de forma trimestral para saber cómo manejar situaciones de riesgo en multitudes.
Bibliografía	Castro, J. (2025) Buscan más seguridad en los conciertos locales. https://www.pressreader.com/mexico/la-razon-de-mexico/20250512/281925958907630?srlid=AfmBOoqs57woVKfMjn85UDAA0NIytpWpKw3XJV7LLkiWAUKWkZXIZ9
Nota	

Ficha 15

Título	Seguridad en eventos masivos, prioridad en México
Autor(es)	Alto Nivel (equipo editorial)
Concepto	Destaca el crecimiento de la industria de los espectáculos en México y cómo la seguridad se convierte en una prioridad estratégica para los organizadores y autoridades.
Teoría y cita	Más de 300,000 actividades anuales en México, la seguridad no puede ser un gasto secundario, sino parte de una planeación integral.

Bibliografía	Altonivel (2025) Seguridad en eventos masivos, prioridad en México. https://www.altonivel.com.mx/seguridad-en-eventos-masivos-prioridad-en-mexico/
Nota	Muy útil para enfatizar la dimensión económica y estratégica de la seguridad en la industria de conciertos.

Ficha 16

Título	La importancia de la seguridad en eventos masivos
Autor(es)	INNOVA TECH (equipo de la empresa / sitio web)
Concepto	Explora cómo la tecnología (apps móviles, alertas en tiempo real, geolocalización) puede fortalecer la seguridad de asistentes en eventos masivos
Teoría y cita	INNOVA TECH indica que “aplicaciones móviles diseñadas para recibir alertas en tiempo real, mapas de evacuación ... mejoran la comunicación y la respuesta ante emergencias”.
Bibliografía	INNOVA TECH (s.f.) La importancia de la seguridad en eventos masivos. https://innova-tech.mx/sistemas-y-tecnologia-para-seguridad/#:~:text=aplicaciones%20m%C3%B3viles%20dise%C3%B1adas%20para,recibir%20alertas%20en%20tiempo
Nota	Fuente tecnológica, muy relevante para la parte de innovación y tecnología en el marco teórico.

