

# WARTOK – TikTok y la guerra en Ucrania

Marcus Bösch

**El autor muestra cómo, en 2022, la plataforma de videos TikTok se convirtió en un punto focal para imágenes e interpretaciones desde la zona de guerra. Así como también una documentación multiperspectiva y testimonios de testigos, sin embargo, también existe desinformación y propaganda, y esto desafía a la competencia de los medios de comunicación de los jóvenes usuarios.**

El video<sup>1</sup> dura apenas 12 segundos. Muestra a un soldado ucraniano, cuyo nombre de usuario de TikTok es @alexhook2302. Él está parado en un campo quemado frente a un cielo gris oscuro. Y bailando (Ill. 1). Escuchamos la canción de 1987 “Smooth Criminal” interpretada por Michael Jackson. “Annie, ¿estás bien? ¿estás bien? Has sido golpeado por un criminal astuto.” Alex gira, da una patada hacia adelante, haciendo volar tierra negra por el aire. Mira hacia abajo, se aferra a su casco y realiza hábilmente un Moonwalk– El paso de baile en el que las piernas parecen estar caminando hacia adelante pero en realidad se están moviendo hacia atrás. Se ve ágil y elegante, a pesar de que Alex lleva puesto un equipo de combate con un patrón de camuflaje en lugar de un traje liviano blanco como a menudo usaba Michael Jackson. El video de Alex ha sido visto en más de 88 millones de oportunidades en TikTok. Con casi 14 millones de “Me

gusta”, ahora tiene el doble de “me gusta” que el video musical oficial de “Smooth Criminal” en YouTube. Muchas personas se sorprendieron cuando la plataforma de videos TikTok– operada por la compañía china ByteDance – se convirtió en uno de los puntos focales para imágenes e informes de la zona de guerra en Ucrania en 2022. TikTok es donde la gente puede encontrar los primeros indicios de movilización de tropas rusas, documentación multiperspectiva de la invasión, informes de testigos presenciales, informes de combates, comentarios, declaraciones de solidaridad y propaganda. Videos con el hashtag #Ukraine fueron visualizados 56 mil millones de veces (hasta el 12 de septiembre de 2022, cuando se escribió este artículo). Antes de la guerra, eran seis mil millones de visualizaciones. La aplicación hoy en

día tiene un papel tan influyente en el conflicto que, de acuerdo a un informe de la agencia de noticias Reuters<sup>2</sup>, el presidente ucraniano Volodymyr Zelensky se dirigió explícitamente a los usuarios de TikTok en un discurso a los ciudadanos rusos a principios de marzo, en el que les decía que ellos podrían ayudar a terminar con la guerra. Esto se debe a que por un lado TikTok transmite imágenes e informes con una actualidad, una cercanía a la acción y una estética que no se encuentran en los medios tradicionales. Al mismo tiempo, la transición entre todo tipo de contribuciones con motivación política son muy fluidas. Es un arma de doble filo, por las intenciones detrás de imágenes altamente atractivas – que no existían hasta ahora – a menudo son difíciles de descifrar.

## ¿POR QUÉ TIKTOK EN PARTICULAR?

La aplicación, que para muchas personas es sinónimo de videos cortos, en su mayoría triviales, de adolescentes bailando y haciendo sincronización de labios con canciones, ha ido ascendiendo lentamente pero seguramente desde 2018 hasta llegar a la cima de las plataformas en línea más exitosas. De acuerdo con la revista GQ en Agosto 2021,<sup>3</sup> TikTok ha superado a Facebook y ahora es la aplicación más

Captura de pantalla de TikTok © alexhook2302



Ill. 1: El video de un soldado ucraniano haciendo el Moonwalk en un campo quemado fue visto 88 millones de veces en TikTok

descargada en el mundo. Hace un mes, TikTok anunció que cuenta con más de mil millones de usuarios activos. Por primera vez en la historia, una plataforma global que no ha surgido de Estados Unidos está marcando el rumbo. Y de repente, la competencia americana quiere ser como TikTok. Instagram y YouTube están copiando los elementos fundamentales de su diseño, porque el éxito de TikTok continúa imbatible. Mientras tanto, ya no son únicamente usuarios jóvenes los que predominan en la plataforma. Periodistas y políticos la usan, y reconocen que necesitan alcanzar jóvenes, muy jóvenes y futuros grupos objetivo.

En la antesala de las elecciones alemanas de 2021, 5 de los 7 grupos parlamentarios representados en el Bundestag tenían su propia cuenta y, junto con políticos internacionales como Emmanuel Macron y Matteo Salvini, experimentaron con la comunicación política en forma de videos cortos. TikTok es muy simple de usar, y el uso puede comenzar tan pronto se instala la aplicación. Mientras que otras aplicaciones piden a los nuevos usuarios que declaren sus intereses y sigan a otras personas, TikTok ya está presentando su primer video. Los videos son verticales y ocupan toda la pantalla, a menudo tienen menos de un minuto de duración, están acompañados de música y suelen estar editados de manera intensiva.

La acción sucede inmediatamente. No hay tiempo para ningún tipo de introducción, créditos iniciales, tomas de introducción o de seguimiento. Usualmente hay presentadores que miran directamente a cámara. Y si a los usuarios no les gusta el video, ellos deslizan hacia arriba en la pantalla y otro video aparece. En segundo plano, los algoritmos analizan los detalles del comportamiento del usuario. ¿Se deslizó el video hacia un lado? Si es así, ¿cuándo? ¿O el video fue visto más de una vez, tal vez incluso „gustado“ al hacer clic en un corazón o comentario? De esta manera, los videos selecciona-



Ill. 2: El usuario Marta Vasyuta publica escenas en TikTok de los primeros ataques rusos, el 24 de febrero de 2022

dos se adaptan al comportamiento e intereses de los usuarios, y sin darse cuenta, los usuarios terminan pasando más tiempo en la aplicación de lo que habían planeado. El tiempo vuela, porque las cosas creativas que las personas de todo el planeta publican aquí usualmente son mucho más interesantes que las que el propio grupo de amigos ha estado compartiendo día tras día en otras plataformas.

### “TANKTOK”

Por ejemplo, hay un video tomado desde un teléfono inteligente, filmado desde un automóvil, de un tren de carga interminable. Claramente está transportando equipo militar. Vemos tanques y camiones de color verde oliva, una calle cubierta de nieve frente a un cielo azul acero.

Es finales de enero de 2022, y los usuarios rusos de TikTok están documentando el movimiento de tropas rusas hacia el oeste. Mientras los departamentos oficiales rusos y el presidente niegan públicamente que Rusia esté planeando invadir Ucrania, cientos de videos muestran lo contrario. Según informa

The *Washington Post*, entre otros, a mediados de febrero, periodistas y expertos de OSINT (Inteligencia de Fuentes Abiertas) están relacionando los videos con, entre otras cosas, imágenes de satélite y rastreando el movimiento de las tropas.<sup>4</sup>

¿Por qué los usuarios rusos recurren a TikTok en particular para producir estos videos y subirlos a internet?. La respuesta es, es muy simple de usar. Para publicar un video corto en TikTok, todo lo que se necesita es hacer click en el botón de grabar y, si es necesario, pausar y adicionar otras imágenes.

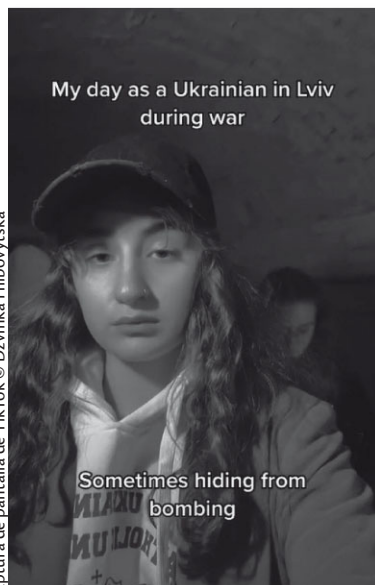
Es muy fácil agregar música de fondo, y luego el video ya está listo para ser publicado. Si un usuario ya tiene un video en su teléfono, es aún más rápido. Además de este método simple de producción, hay otras dos razones por las cuales TikTok tiene éxito. Estrictamente hablando, TikTok no es una red social. A diferencia de otras plataformas, los usuarios no necesitan que otras personas sigan su cuenta. En su lugar, el algoritmo muestra nuevos videos a un pequeño círculo de usuarios seleccionados y desconocidos. Cuando estas personas ven el video e interactúan con él, se reproduce a un círculo más amplio de usuarios desconocidos adicionales. Este proceso se repite hasta que ya no haya suficientes usuarios que estén viendo el video. El resultado es que incluso un solo video tiene el potencial de volverse viral y acumular miles, e incluso millones, de vistas y likes. Esto hace que TikTok sea atractivo – especialmente para nuevos usuarios. Mientras que las tropas rusas se movían hacia el oeste, hacia mediados de febrero, numerosos expertos, incluido un corresponsal de larga trayectoria de ARD en Moscú, estaban convencidos de que el presidente ruso „en última instancia no atacaría.“<sup>5</sup> Mientras tanto, los videos se acumulan en TikTok en los que mayormente jóvenes usuarios se expresan con temor sobre la guerra y sobre la proximidad de la misma, intercambian consejos sobre qué tipo de equipaje hacer en casos

## INVESTIGACIÓN

de emergencia, e intentan detener al presidente Putin (a menudo referido como „Vladdy Daddy“) atacando a Ucrania compartiendo comentarios traducidos apresuradamente por Google. Estas intervenciones de video cortas, humorísticas y de acción, y manualidades audiovisuales, a menudo salpicadas de alusiones a la cultura popular, pueden parecer ingenuas, pero se pueden entender como una estrategia colectiva de afrontamiento. Además, anticipan eventos concretos (p.ej. el inicio de la guerra, personas huyendo, el rastreo de teléfonos inteligentes para ataques, etc.). Aquí, en una pantalla de smartphone íntima en la propia mano, TikTok proporciona un espacio discursivo directo en el que los usuarios de contextos nacionales, culturales y socioeconómicos muy diferentes pueden interactuar a través de comentarios textuales o respuestas en video, fuera de los límites de los medios tradicionales. El ataque y la invasión por tropas rusas el 24 de febrero de 2022 también está documentado en la aplicación. A diferencia de guerras y conflictos anteriores, TikTok proporciona un nuevo nivel de perspectiva audiovisual multidimensional y, al menos al principio, bastante sin filtrar sobre el caos de la guerra. Mientras que periodistas internacionales como Matthew Cassel, reportero de *Vice World News*, informa vía TikTok desde la capital ucraniana, usuarios de TikTok ucranianos como Marta Vasyuta (@martavasyuta) graban ataques aéreos<sup>6</sup> en Ucrania Occidental (Ill. 2). Los mismos son -más tarde- confirmados como auténticos por el centro de investigación Correctiv.<sup>7</sup>

### „VIBRACIONES DE REFUGIO ANTIBOMBAS“

Los videos realizados por jóvenes usuarios ucranianos de TikTok documentando sus vidas en el nuevo estado de emergencia dejan la impresión más duradera. Alina Volik (@alina\_\_volik) de



Captura de pantalla de TikTok © Dzvinka Hlibovytska

Ill. 3: Dzvinka Hlibovytska muestra su vida diaria en la ciudad ucraniana de Lviv en TikTok

18 años de Zaporizhzhia, por ejemplo, publicó videos de vacaciones en la plataforma, antes de la guerra. Ahora, ella graba su mochila de emergencia con documentos, dinero y medicamentos, muestra ventanas cubiertas con cinta adhesiva y capturas de pantalla de amigos que le envían imágenes de sus refugios improvisados antiaéreos a través del servicio de mensajería. Dzvinka Hlibovytska, de 18 años, también graba su rutina diaria. (Ill. 3) y luego su vuelo desde la ciudad de Lviv. Una cosa es ser alguien que desde afuera mira los videos informativos sobre la guerra desde la seguridad de su hogar. Y otra cosa completamente diferente es que te muestren, prácticamente cara a cara, personas que de otra manera solo aparecen como objeto pasivo de las noticias, por ejemplo, que están viendo la película animada de los *Minions* en sus tabletas mientras se resguardan en el refugio antiaéreo.

Los videos y los informes cortos y lacónicos de Valeria Shashenok (@valerissh), por ejemplo, están alcanzando audiencia en todo el mundo y más allá del propio TikTok. Ella usa los modos narrativos típicos de entretenimiento de la aplicación, p.ej. el formato de video „¿Qué hay en tu bolso?“ Mientras

que los adolescentes y las personas en sus veinte años suelen utilizar este formato para presentar bolsos de diseño elegantes con capacidad de almacenamiento solo para un teléfono inteligente y algunos cosméticos, Shashenok presenta una bolsa de basura llena de fideos y paquetes de arroz. El baño en su sótano se ha convertido en una biblioteca, una bañera de metal con agua se ha convertido en un „jacuzzi“ y el café, gracias al corte de energía, se calienta con un quemador de gas. Usuarios de todo el mundo están compartiendo esta vida a diario, así como en su posterior huida. Videos como estos se engloban bajo el lema „Vibraciones de Refugio Antiaéreo“. La vibra, es decir, la reacción emocional al aura de una persona, lugar o cosa, es central en TikTok. Además de transmitir información, los videos que contienen códigos no verbales audiovisuales también funcionan bien, ya que los usuarios desarrollan una conexión con ellos. Los usuarios ucranianos de TikTok emplean sonidos, tendencias y desafíos conocidos y populares en la aplicación, y les infunden otro nivel de significado. Aquellos que usan la aplicación a diario inmediatamente piensan en imágenes de Ucrania cuando escuchan canciones como „Another Love“ de Tom Odell o la canción folclórica siciliana „Luna mezz'o mare“. En lugar de ser el objeto pasivo de este reportaje, estos jóvenes se han convertido en sujetos activos, que determinan su propia -directa e íntima- narrativa. O, como lo expresa el experto en memes Irdil Galip en la revista *The Face*: estos videos notablemente alegres son un gesto de „vete a la m\*\*\*\*“ hacia el genocida Putin y sus secuaces que están causando estragos en Ucrania.<sup>8</sup>

### INFORMACIÓN ERRÓNEA Y DESINFORMACIÓN

Por supuesto que no se trata solamente de periodistas, testigos presenciales y personas que han sido afectadas per-

sonalmente que publican contenido en TikTok bajo el hashtag #Ucrania. En apenas las primeras horas desde la invasión, la plataforma se inundó con una desconcertante variedad de videos de propaganda, informes falsos de testigos presenciales y desinformación. El algoritmo envía más y más contenido sobre la guerra en la página "Para tí" a aquellos usuarios interesados. Aquí, entre otras cosas, los usuarios pueden encontrar material de video que realmente proviene de juegos de computadora.<sup>9</sup> o contextos<sup>10</sup> muy diferentes, como un ejercicio de tropas de 2016<sup>11</sup> (ver también el artículo sobre Msugther en este número). Las motivaciones de los usuarios para compartir información que está demostrado que es falsa son muchas y variadas. Los estafadores intentan capitalizar la difícil situación de las personas que viven en zonas de guerra con transmisiones en vivo<sup>12</sup> falsas y la posibilidad de obtener lo que se conocen como microdonaciones, es decir, autorizaciones de pago, a través de la aplicación. Otros utilizan otra función popular en la aplicación para adjuntar nuevo material de video a los audios de otros usuarios y así pretender que ellos mismos están en la zona de guerra.<sup>13</sup> Solamente podemos especular razones específicas por lo siguiente: ¿La búsqueda de validación a través de los „me gusta“ y la simpatía, una sobreidentificación con las personas directamente afectadas por la guerra, o simplemente un enfoque ingenuo y voluntario al utilizar las características familiares de la plataforma? En el transcurso del conflicto, TikTok ha demostrado ser prácticamente "la fuente más confiable que tenemos"<sup>14</sup> y el epicentro de la información errónea y la desinformación.<sup>15</sup> Además, en cierta medida, al compartir información falsa sin saberlo, las partes en conflicto también utilizaron la aplicación para difundir conscientemente desinformación. Desde el comienzo de la guerra, el presidente ucraniano y su equipo han tenido un muy buen entendimiento de cómo colocar información en ca-

nales de redes sociales, plataformas de contenido como TikTok y servicios de mensajería.

La guerra es también una guerra de información. Esto ha involucrado, por ejemplo, la creación de una leyenda: el llamado „Fantasma de Kiev“. Supuestamente, el fantasma es el piloto ucraniano de un MiG-29 que derribó 10 aviones militares rusos. Videos sobre esto se han vuelto virales.

Incluso el Servicio de Seguridad de Ucrania propagó la afirmación<sup>16</sup> hasta que la Fuerza Aérea de Ucrania confirmó a principios de mayo que nunca había existido tal fantasma.<sup>17</sup> El Instituto para el Diálogo Estratégico informa que los medios controlados por Rusia están llenando TikTok con desinformación.<sup>18</sup> Incluso después de que TikTok prohibiera la carga de nuevos videos desde Rusia, algunas cuentas, como RIA Novosti y la editora en jefe de RT, Margarita Simonya, continuaron publicando hasta que la mayoría de las cuentas fueron bloqueadas a principios de mayo. Además del control de los medios rusos, la guerra de información del Kremlin abarca otras formas de desinformación. Por ejemplo, hay acciones coordinadas que involucran creativos rusos, como informó, entre otros, *Vice*.<sup>19</sup> Más de 180 influenciadores rusos en TikTok están involucrados en una campaña de propaganda concertada llamada „Russian Lives Matter“, según la organización no gubernamental estadounidense Media Matters.<sup>20</sup> Los influenciadores usan canciones populares en la aplicación para realizar, por ejemplo, una pieza coreografiada que culmina con dos manos formando la letra „Z“. Esto representa la invasión rusa y la intención es claramente utilizar TikTok para canalizar esta letra en la cultura popular y la realidad diaria de un grupo objetivo más joven que lo adoptará y lo imitará.<sup>21</sup> Además hay videos, en los que los influenciadores rusos proclaman mensajes que son en gran medida idénticos palabra por palabra con la propaganda del gobierno y obviamente

han sido difundidos previamente a través de canales de Telegram.<sup>22</sup> A esta altura, podemos especular solamente sobre el éxito de estas campañas. Pero el simple hecho de que se invierta tanto tiempo y esfuerzo en las grabaciones de TikTok demuestra cuán relevante es ahora la plataforma, incluso en el contexto político. En términos de involucrar grupos objetivo, TikTok ha dejado atrás por mucho al antiguo medio masivo de la televisión. The *Financial Times* informó en agosto de 2022 que, de acuerdo a un estudio realizado por Ofcom, los usuarios entre 15 y 24 años de edad en Gran Bretaña pasan, en promedio 57 minutos en la aplicación cada día, que es más tiempo que el que pasan mirando televisión (53 minutos).<sup>23</sup> Las cifras actuales indican que TikTok está a punto de superar a Instagram de la misma manera. Según informa el *Wall Street Journal*,<sup>24</sup> los usuarios de TikTok pasan 10 veces más tiempo consumiendo contenido en TikTok del que pasan mirando videos de reels en Instagram. Los 19,51 millones de usuarios de TikTok en Alemania, según Statista,<sup>25</sup> ahora están viendo, junto con desafíos, videos de música y cocina, también videos de guerra y propaganda en la aplicación. Existe una necesidad urgente de promover la alfabetización digital aquí, ya que las personas necesitan poder interpretar y evaluar el contenido de una manera más informada. "¿Qué estoy viendo realmente aquí? ¿Puedo verificar esta información? ¿Quién ha publicado esto y cuáles son sus motivaciones?" Estas son todas preguntas que deberían ir de la mano con el consumo diario de TikTok. ■



## NOTAS

- <sup>1</sup> [https://www.tiktok.com/@alexhook2303/deo/7063830345262648581?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1&lang=en](https://www.tiktok.com/@alexhook2303/deo/7063830345262648581?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=en) [19.9.22]
- <sup>2</sup> <https://www.reuters.com/technology/tiktok-warhow-russias-invasion-ukraine-played-social-mediasyoungest-audience-2022-03-01/> [19.9.22]
- <sup>3</sup> <https://www.gq-magazin.de/technik/artikel/tiktokapp-ueberholt-facebook-downloads> [19.9.22]
- <sup>4</sup> <https://www.washingtonpost.com/world/2022/02/11/russia-ukraine-military-videostiktok/> [19.9.22]
- <sup>5</sup> <https://www.n-tv.de/mediathek/videos/politik/Schmidt-Denker-Putin-wird-am-Ende-nicht-angreifen-article23068743.html> [19.9.22] NOTES
- <sup>6</sup> [https://www.tiktok.com/@martavasyuta/video/7068169525350386950?\\_r=1&t=8SC4aRPMKT&is\\_from\\_webapp=v1&item\\_id=7068169525350386950](https://www.tiktok.com/@martavasyuta/video/7068169525350386950?_r=1&t=8SC4aRPMKT&is_from_webapp=v1&item_id=7068169525350386950) [19.9.22]
- <sup>7</sup> <https://correctiv.org/faktencheck/2022/02/25/videos-von-luftangriffen-auf-den-militaerflughafeniwano-frankiwsk-sind-authentisch/> [19.9.22]
- <sup>8</sup> <https://theface.com/society/why-are-ukrainians-posting-on-tik-tok-russian-invasion-putin-social-media-viral-politics-young-people> [19.9.22]
- <sup>9</sup> <https://twitter.com/Shayan86/status/1500650778318540802> [19.9.22]
- <sup>10</sup> [https://twitter.com/mk\\_boehm/status/1502186620518379526](https://twitter.com/mk_boehm/status/1502186620518379526) [19.9.22]
- <sup>11</sup> [https://twitter.com/oneunderscore\\_/status/1496897223237554177](https://twitter.com/oneunderscore_/status/1496897223237554177) [19.9.22]
- <sup>12</sup> <https://twitter.com/abbieasr/status/1497381583984074755> [19.9.22]
- <sup>13</sup> <https://twitter.com/tiktaktactics/status/1497148096802926616> [19.9.22]
- <sup>14</sup> <https://www.newyorker.com/culture/infinite-scroll/watching-the-worlds-first-tiktok-war> [19.9.22]
- <sup>15</sup> <https://www.newsguardtech.com/de/special-reports/russland-ukraine-tracking-center/> [19.9.22]
- <sup>16</sup> [https://de.wikipedia.org/wiki/Geist\\_von\\_Kiew#cite\\_note-5](https://de.wikipedia.org/wiki/Geist_von_Kiew#cite_note-5) [19.9.22]
- <sup>17</sup> <https://www.nbcnews.com/news/world/ukraine-admits-ghost-kyiv-isnt-real-wartime-mythrussiarca26867> [19.9.22]
- <sup>18</sup> [https://www.isdglobal.org/digital\\_dispatches/propaganda-russia-state-controlled-media-flood-tiktokwith-ukraine-disinformation/](https://www.isdglobal.org/digital_dispatches/propaganda-russia-state-controlled-media-flood-tiktokwith-ukraine-disinformation/) [19.9.22]
- <sup>19</sup> <https://www.vice.com/en/article/epxken/russi-antiktok-influencers-paid-propaganda> [19.9.22]
- <sup>20</sup> <https://www.mediamatters.org/tiktok/pro-russiapropaganda-campaign-using-over-180-tiktokinfluencers-promote-invasion-ukraine> [19.9.22]
- <sup>21</sup> <https://www.marcus-boesch.de/wp-content/uploads/2022/05/masquerade.mp4> [19.9.22]
- <sup>22</sup> <https://www.vice.com/en/article/epxken/russi-antiktok-influencers-paid-propaganda> [19.9.22]
- <sup>23</sup> <https://www.ft.com/content/4a2f2ad8-7633-4bd7-9300-988f699dfbc9> [19.9.22]
- <sup>24</sup> [https://www.wsj.com/articles/instagram-reels-tiktok-meta-facebook-documents11662991777?mod=hp\\_lead\\_pos10](https://www.wsj.com/articles/instagram-reels-tiktok-meta-facebook-documents11662991777?mod=hp_lead_pos10) [19.9.22]
- <sup>25</sup> <https://www.statista.com/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users/> [19.9.22]

## LAS AUTORAS

Marcus Bösch es un investigador en la Universidad de Ciencias Aplicadas de Hamburgo y completó su doctorado sobre la desinformación en TikTok en la Universidad de Münster, Alemania. Publica semanalmente el boletín „Understanding TikTok“.



### Traducción Vicky Romano