



Máster en Procesos de Formación

**Trabajo de
Fin de Máster**

Título: Prácticas de género,
plataformas virtuales y territorios
formativos. Un estudio de caso de
jóvenes *Tiktokers*

Tutora: Adriana Gewerc Barujel

Alumna: Inés Ramos Trasar

Junio 2023

Trabajo de fin de máster presentado en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidade de Santiago de Compostela para la obtención del Máster en Procesos de Formación.

ÍNDICE

Introducción	1
1. Marco Teórico y estado del arte	4
1.1. Origen y definición del concepto de Tiktoker.....	4
1.2. El movimiento Tiktoker. Apropiaciones y estrategias de influencia.....	5
1.3. La plataforma de TikTok. ¿Cómo opera su algoritmo?.....	7
1.4. Uso de la plataforma por los jóvenes Tiktokers ¿Cómo son sus prácticas?	8
1.5. Tiktokers y prácticas de género. Entre resistencias y discursos normativos	10
1.6. Plataformas virtuales como nuevos territorios formativos: Poder y nuevos agenciamientos	12
1.7. Tiktokers como nuevos formadores. Posibilidades desde la hibridez.....	13
2. Objetivos	16
3. Metodología	16
3.1. Técnicas de recogida de datos	17
3.2. Fases del proceso de investigación	18
3.2.1. Primera fase: Análisis de hashtags o etiquetas.....	18
3.2.2. Segunda fase: Acceso al campo y participantes. Etnografía Digital	21
3.2.3. Tercera fase: Interpretación de los datos cualitativos	25
4. Resultados	26
4.1. Redes de códigos emergentes del análisis de los diarios de investigación	26
4.2. Rastreado prácticas de género. Tiktok como nuevo territorio formativo	30
4.2.1. Estudio de caso: Perfil de @charlieerroz	31
4.2.2. Análisis de las prácticas de género visibilizadas en el perfil de @charlieerroz.....	32
4.2.3. Red semántica de subcódigos del análisis del perfil de @charlieerroz	34
4.2.4. Análisis de las interacciones de @charlieerroz con la audiencia.....	36
4.2.5. Análisis de los hashtags más utilizados por @charlieerroz	37

4.2.6. Análisis de las 10 producciones seleccionadas del perfil de @charlieerroz	38
4.3. Estudio de caso: Perfil de @lily_ana_ch.....	49
4.3.1. Análisis de las prácticas de género visibilizadas en el perfil de @lily_ana_ch.....	50
4.3.2. Red semántica de subcódigos del análisis del perfil de @lily_ana_ch	53
4.3.3. Análisis de las interacciones de @lily_ana_ch con la audiencia	55
4.3.4. Análisis de los hashtags más utilizados por @lily_ana_ch.....	56
4.3.5. Análisis de las 10 producciones seleccionadas del perfil de @lily_ana_ch	58
5. Discusión	68
6. Conclusiones	72
Referencias.....	75
Anexos	87

Título

**Prácticas de género, plataformas virtuales y territorios formativos. Un estudio de caso
de jóvenes *Tiktokers***

Título

**Prácticas de xénero, plataformas virtuais e territorios formativos. Un estudo de caso
de mozos e mozas *Tiktokers***

Title

**Gender practices, virtual platforms, and formative territories. A case study of young
*Tiktokers***

Resumen

Este trabajo tiene por objetivo identificar y comprender los procesos formativos implícitos en las prácticas de género de jóvenes en la plataforma *TikTok* como nuevos formadores y referentes culturales. Participan en esos entornos digitales como productores y consumidores de contenido, en una dinámica de influencia bidireccional con la audiencia. Este trabajo se enmarca en la modalidad de iniciación a la investigación empírica desde un estudio de caso. Para alcanzar el cuerpo de objetivos, se opta por una metodología cualitativa de diseño secuencial, que ha integrado: 1) Empleo de la herramienta de analítica de redes sociales (<https://best-hashtags.com/>) para la selección de *hashtags* o etiquetas (etapa 1), utilizando como motor de búsqueda el *hashtag* #género. De los *hashtags* proporcionados, se escogieron aquellos con más visualizaciones. A partir de los que se seleccionaron dos perfiles de jóvenes *Tiktokers*, con especial relevancia a sus identidades de género. 2) Observación de perfiles y recogida de datos empleando diarios de investigación (etapa 2); 3) Análisis e interpretación de datos cualitativos empleando ATLAS.ti, versión 23 (etapa 3). Del análisis de los casos se evidencian prácticas y discursos de género implícitos en el contenido producido por jóvenes *Tiktokers*. Además de dinámicas de interacción recíprocas, como procesos de intercambio de información con la audiencia. Aspectos importantes de las prácticas de producción muestran estrategias y una estética cuidada e intencionada, como parte de los procesos formativos que subyacen a las prácticas realizadas por *Tiktokers*, apropiándose de los entornos “*onlife*” como nuevos formadores.

Palabras clave: Plataformas virtuales, prácticas de género, *TikTok*, *hashtags*, formación, juventud.

Resumo

Este traballo ten por obxectivo identificar e comprender os procesos formativos implícitos nas prácticas de xénero de mozos e mozas na plataforma *TikTok* como novos formadores e referentes culturais. Participan nenas contornas dixitais como produtores e consumidores de contido, nunha dinámica de influencia bidireccional coa audiencia. Este traballo enmárcase na modalidade de iniciación á investigación empírica desde un estudo de caso. Para alcanzar o corpo de obxectivos, óptase por unha metodoloxía cualitativa de deseño secuencial, que integrou: 1) Emprego da ferramenta de analítica de redes sociais (<https://best-hashtags.com/>) para a selección de *hashtags* ou etiquetas (etapa 1), utilizando como motor de procura o *hashtag #xénero*. Dos *hashtags* proporcionados, escolléronse aqueles con máis visualizacións. A partir dos que se seleccionaron dous perfís de mozos e mozas *Tiktokers*, con especial relevancia ás súas identidades de xénero. 2) Observación de perfís e recollida de datos empregando diarios de investigación (etapa 2); 3) Análise e interpretación de datos cualitativos empregando ATLAS.ti, versión 23 (etapa 3). Da análise dos casos evidéncianse prácticas e discursos de xénero implícitos no contido producido por mozos e mozas *Tiktokers*. Ademais de dinámicas de interacción recíprocas, como procesos de intercambio de información coa audiencia. Aspectos importantes das prácticas de produción mostran estratexias e unha estética coidada e intencionada, como parte dos procesos formativos que é subxacente ás prácticas realizadas por *Tiktokers*, apropiándose das contornas “*onlife*” como novos formadores.

Palabras chave: Plataformas virtuais, prácticas de xénero, *TikTok*, *hashtags*, formación, mocidade.

Abstract

This work aims to identify and understand the training processes implicit in the gender practices of young people on the *TikTok* platform as new trainers and cultural references. They participate in these digital environments as producers and consumers of content, in a dynamic of bidirectional influence with the audience. This work is framed in the modality of initiation to empirical research from a case study. To achieve the body of objectives, a qualitative methodology of sequential design is chosen, which has integrated: 1) Use of the social network analytics tool (<https://best-hashtags.com/>) for the selection of hashtags or tags (stage 1), using the hashtag #género as a search engine. From the hashtags provided, those with the most views were chosen. From which two profiles of young Tiktokers were selected, with special relevance to their gender identities. 2) Observation of profiles and data collection using research diaries (stage 2); 3) Analysis and interpretation of qualitative data using ATLAS.ti, version 23 (stage 3). From the analysis of the cases, gender practices and discourses implicit in the content produced by young Tiktokers are evident. In addition to reciprocal interaction dynamics, such as information exchange processes with the audience. Important aspects of production practices show strategies and a careful and intentional aesthetic, as part of the training processes that underlie the practices carried out by Tiktokers, appropriating the "onlife" environments as new trainers.

Key words: Virtual platforms, gender practices, TikTok, hashtags, training, youth.

“Technology is not neutral. We're inside of what we make, and it's inside of us. We're living in a world of connections — and it matters which ones get made and unmade”.

(Donna Haraway, 1991)

Introducción

El presente Trabajo de Fin de Máster denominado “*Prácticas de género, plataformas virtuales y territorios formativos. Un estudio de caso de jóvenes Tiktokers*” se enmarca en la modalidad de iniciación a la investigación de campo, teniendo como objeto de estudio las prácticas de género visibilizadas por jóvenes en los entornos digitales, en concreto en la plataforma *Tiktok*. Y cómo estas prácticas se convierten en medios formativos de los sujetos que los siguen y, por lo tanto, transforma a los y las *Tiktokers* en nuevos formadores en el contexto de la plataforma.

El interés para su realización nace de la relación acontecida con las materias de Tecnología Educativa del grado de Pedagogía, Investigación en e-learning, Diseños y técnicas de investigación educativa e Innovación y creatividad, de forma conjunta al desarrollo de la materia obligatoria de prácticas, del Máster de Procesos de formación, en el seno del Grupo de Investigación *Stellae*. A esto hay que añadir las vinculaciones de interés teórico y metodológico derivadas de la participación activa en el proyecto Entornos Digitales e identidades de género en Adolescencia (EDIGA), cuyo objetivo principal es analizar y comprender el papel de los entornos digitales en el proceso de construcción de las identidades de género en la adolescencia en diversos contextos. Todo lo cual ha proporcionado las bases teóricas, prácticas y metodológicas que guía el desarrollo de esta investigación.

De acuerdo con los objetivos perseguidos con la realización del trabajo, orientados a la integración del bagaje teórico y competencial adquirido en los años de formación, y su aplicación activa mediante procesos que involucran coordinación, cooperación y colaboración activa con distintos profesionales del ámbito, se especifican las competencias puestas en juego, que dan sentido a su realización, desde la visión de la relación interdisciplinar entre áreas de conocimiento y materias cursadas.

Las principales competencias a desarrollar se definen en: iniciativa para la intervención en contextos educativos y propuesta de posibles soluciones ante retos derivados de complejas situaciones educativas; conocimiento y aplicación de técnicas y estrategias metodológicas para el desarrollo de conocimiento científico desde distintos enfoques; empleo de *softwares* de análisis de datos cuantitativos y cualitativos (*software* estadístico SPSS y ATLAS.ti, versión 23); desarrollo de una actitud positiva hacia el trabajo en equipo e interdisciplinar y toma de conciencia social ante el valor del conocimiento científico para la mejora de los procesos educativos y formativos.

A su vez, el esfuerzo personal realizado en el transcurso de esta investigación comprende, de forma transversal, la puesta en valor de competencias de naturaleza intrapersonal e interpersonal, vinculadas a la construcción de un perfil profesional de carácter mixto, que emana de los saberes y competencias que engloba el Máster en Procesos de Formación, desde la visión interdisciplinar propia del campo educativo y formativo.

En lo referido a la estructura del documento, se expone, inicialmente, el *marco teórico y estado de arte* derivado del estudio documental sobre el complejo objeto de investigación, que permitió conocer el estado en cuestión de la realidad a investigar. Seguidamente, se explica la *metodología* utilizada para su desarrollo y se muestran los *resultados* obtenidos.

Finalmente, se presenta la *discusión y conclusiones*, de acuerdo con los objetivos de investigación y el marco teórico del trabajo. Se cierra el documento con un apartado de *referencias bibliográficas*, que constituyen la base del fundamento teórico que ha permitido el desarrollo de estas páginas. Además de un apartado de *anexos*, en el que se recogen diversas figuras y tablas, que complementan el sentido estructural y organizativo de la investigación.

La contemporaneidad evoluciona de forma inherente a los movimientos y espacios dominados por lo digital. Como afirmó hace algún tiempo Prensky (2001) la ininterrumpida propagación de la tecnología, como parte de los espacios de desarrollo de los sujetos, los convierte en la actualidad, en lugares de inmersión donde emergen recursivos retos educativos sobre los que realizar estudios de investigación. En una *sociedad plataformizada* (Van-Dijck et al., 2018) donde prácticas, relaciones y movimientos confluyen alrededor de una figura líder de audiencia, los denominados *influencers* (Díaz, 2017).

De este modo, las redes sociales se posicionan como medios líderes en el campo de la interacción y comunicación social, con un creciente papel de influencia en las creencias, prácticas, actitudes y formas de ser y estar de la juventud (del-Fresno, 2020). Y es en el devenir emergente de los nuevos ecosistemas de confluencia de interacciones, que se ponen en juego materialidades y discursos y se desarrollan espacios de convivencia "*onlife*" (Floridi, 2015).

El crecimiento de las redes sociales como herramientas de comunicación gesta cambios en los procesos de construcción de identidad y en las relaciones de interacción que se construyen y reconstruyen entre el público más joven (Livingstone, 2008). En un juego de roles dentro de una estructura, en la que confluyen procesos y normas implícitas, con un papel influyente en el constructo conceptual de la identidad personal defendido por Goffman (2006) como compendio de marcas que diferencian a quien las posee de los demás. Esta se presenta como

conjunto de símbolos de información social, con cierta relevancia como herramienta de control social ante lo mostrado a los demás.

En este devenir de influencias de las plataformas virtuales, los más jóvenes involucran la naturaleza de seres multidimensionales que los definen (Colás-Bravo et al., 2013), creando ambientes que motivan la apertura de nuevas formas de ser y estar, por medio de procesos de interacción, flujo, producción y difusión de prácticas, mediadas por procesos de formación que tornan ubicuos en la hibridez de estos espacios.

De este modo *TikTok* se convierte en un espacio en el que confluyen dinámicas de formación entre los más jóvenes. Experiencias pasadas (Acevedo-Borrega, 2022) muestran la potencialidad de las redes sociales, como lugares de interacción y comunicación horizontal, que permiten desarrollar prácticas que derivan en procesos formativos. En este contexto, surge la necesidad de estudiar las prácticas que la juventud realiza en esta plataforma, con especial atención a las de género. Y los procesos mediante los cuales desarrollan y adquieren el rol de formadores, como capital social basado en un poder derivado de la visibilidad y voz que posibilitan estos espacios. Como resultado, se originan comunidades virtuales que cohabitan en esta hibridez “*onlife*”.

1. Marco Teórico y estado del arte

El presente apartado tiene como objetivo dar cuenta de los conceptos básicos que ayudarán a ampliar la mirada sobre la realidad que se pretende estudiar. Se identifica aquí la perspectiva desde la que se mira el objeto de estudio, con la conciencia de que el punto de vista teórico que se utiliza condiciona desde cómo se observa la realidad, hasta los aspectos que se ponen de relieve y el análisis que se hace de ellos. Con esta idea se abordan las prácticas de género aprendidas y visibilizadas por *Tiktokers* y los procesos por medio de los cuales se transforman en formadores en el contexto de esta plataforma.

1.1. Origen y definición del concepto de *Tiktoker*

Las redes sociales se han convertido en los últimos tiempos en ecosistemas ubicuos donde la juventud experimenta, explora y construye su identidad. Espacios donde realizar una inmersión diaria y adquirir aprendizajes clave para la vida cotidiana, mediados por la necesidad de alcanzar visibilidad ante un público y espacios diversos (Zamora, 2018).

Los vertiginosos cambios que modifican a cada instante la Web estimulan el surgimiento de nuevas formas de comunicación, atrapadas por una hibridez que conecta las prácticas que los más jóvenes realizan en los entornos digitales y presenciales. Algunos estudios señalan que la intemperancia con la que aumenta la presencia de la juventud en las plataformas digitales difumina las barreras entre los ámbitos *online* y *offline* en una participación "*Onlife*"¹ (Floridi, 2015; Sánchez-Rojo et al., 2021; Serrate-González et al., 2023).

Entre estos entornos de interacción "*onlife*" se encuentra *TikTok*, plataforma propiedad de la empresa tecnológica de origen chino *ByteDance*, que permite a los y las usuarios/as crear, editar y compartir vídeos de corta duración acompañados de diversos efectos, filtros e incorporando alguna base musical (TikTok, 2022). Constituye un poderoso espacio donde se intercambian significados y significantes, lo que lo convierte en un potencial entorno de formativo (Rodríguez-Zidan et al., 2019). Es un lugar donde la juventud desenvuelve cauces de interacción en los que compartir afinidades e intereses comunes creando auténticas comunidades de transmisión, reconocimiento y construcción (López-Pérez, 2021).

TikTok se ha establecido como estrella emergente de las redes sociales triunfando entre los más jóvenes. Sus orígenes se remontan a la red social *Musical.ly* surgida en el año 2016, y en un tiempo récord se ha convertido en una de las aplicaciones más populares entre la población joven como refieren múltiples estudios (IABSpain, 2022; SigmaDos, 2021; We are

¹ *Onlife*: término que deriva de la contracción de *onlife* y *offline*, en una unión de ambos espacios de confluencia y presencia.

social Spain, 2022). Así se consolida como la aplicación con mayor número de descargas en dispositivos móviles, que posibilita una incesante interconexión entre el espacio físico y el digital, en un permanente estado de control y vigilancia (Foucault, 1975) con un constante confluir de generación y difusión de contenidos que se configuran como procesos mediadores en la construcción de las identidades de la juventud (Ferreiro-Habra, 2018).

Como otras redes sociales, se encuentra liderada por la figura de los social media *influencer*²(SMI), principal conductor de las estrategias de marketing. Unas prácticas transferibles a la presencialidad por medio de la hibridez que caracteriza estos espacios, en los que la valoración de la instantaneidad se establece como condición clave a poseer (Fuentes y Belando-Montoro, 2022). Así se transforman en lugares donde las barreras espacio temporales parecen difuminarse, promoviendo nuevas modalidades formativas. En consonancia, las plataformas virtuales parecen adquirir una mayor relevancia en los procesos educativos de las nuevas generaciones (Rodríguez-Zidan et al., 2019).

Los y las usuarios/as creadores y difusores de contenido en la red social de *TikTok* se denominan *Tiktokers*. Las principales funciones que predominan entre sus prácticas es la generación y difusión de contenido de valor para su audiencia (Lou y Yuan, 2018).

1.2. El movimiento *Tiktoker*. Apropiaciones y estrategias de influencia

La rapidez con la que avanza el movimiento y las prácticas desarrolladas en plataformas como *TikTok*, se asocia con la celeridad y brevedad que caracteriza la producción de contenido en los entornos virtuales (TikTok, 2022). Sumado a esto, la versatilidad de contenidos (musicales, baile, deportes, recetas, hábitos de estudio, entre otros) se acompasa a la volubilidad que caracteriza al consumo de contenido en redes sociales (Celik et al., 2023). En consonancia, la disponibilidad de aplicaciones para dispositivos móviles incrementa el tiempo de conexión, la facilidad de uso y la creciente popularidad de ciertas plataformas (Neyaz et al., 2020).

Numerosas investigaciones (Montag et al., 2021) muestran la importancia de realizar estudios acerca de las variables concurrentes en las prácticas de producción y consumo de contenidos en las plataformas, cuyos principales usuarios son jóvenes y adolescentes. Unas condiciones de producción y difusión con marcadas diferencias en las estrategias, modos de acceso y participación, condicionadas por variables interseccionales como el género (Colás-Bravo et al., 2013).

² *Influencers*: personas que tienen una presencia e influencia relevante en redes sociales, con cierta credibilidad entre la audiencia y un elevado número de seguidores, que les convierte en prescriptores idóneos para las marcas comerciales.

La inmersión de los jóvenes en *TikTok* es híbrida a la vez que ubicua, y avanza en forma de movimientos que integran múltiples prácticas (Quinn, 2016), impulsados por el uso de *hashtags*³ (Serrate-González et al., 2023) y mediadas por la arquitectura y las condiciones de producción de contenido que posibilita la plataforma. Con implicaciones en las formas de participación de los jóvenes, en una confluencia y juego de decisiones entre lo público-privado, como muestra el estudio de González-Villa y Gewerc (2022).

De esta forma, *TikTok* se instaura como uno de los espacios principales en los que cohabita la juventud (Serrate-González et al., 2023) donde prácticas de producción de contenido, en forma de vídeos de formato corto, han asegurado su potente liderazgo. Se desmarca de los medios de producción tradicionales, apropiándose de la atención de aquella audiencia que reclama contenidos dinámicos, atractivos, fugaces y de cierta viralidad para la audiencia (Sun et al., 2020). En este confluir de influencias inherentes a las plataformas, la arquitectura de *TikTok* permite generar contenidos con cierta intencionalidad de persuasión atrayente para la audiencia, creando un ambiente de inmersión virtual sustentada en la característica del entretenimiento de rápido acceso como estrategia principal (Wang, 2021). Los y las *Tiktokers*, convierten estos espacios en contextos donde a través de sus prácticas de creación y difusión, pretenden llegar a una comunidad, convirtiéndose en una figura reconocida con cierta relevancia en forma de presencia social-virtual (Tobeña, 2020).

Es un proceso de autopresentación, mediado por la producción de un discurso, acompañados de diversos elementos de estética de la producción (poses, filtros, bases musicales, efectos), son transmisores de un contenido que revela la importancia de las normas socialmente instauradas. Se trata de una preocupación condicionada por lo que es mostrado a otros (Goffman, 2006), derivando en procesos de decisiones pensadas (Tortajada et al., 2013). De este modo, las redes sociales se transforman en medios expresivos, insertos en un sistema social, cuyas normas explícitas e implícitas condicionan las relaciones e interacciones de la juventud (Gil-Ibañez et al., 2022). *TikTok*, como plataforma emergente y en constante crecimiento en el ecosistema de redes sociales entre los más jóvenes (SigmaDos, 2021) se convierte en un lugar donde la participación de la juventud permanece condicionada por roles, cánones e ideales hegemónicos e instaurados socialmente.

³ *Hashtags*: conjunto de caracteres precedidos por una almohadilla (#) que sirven para identificar o etiquetar un contenido que desea ser indexado en redes sociales. Además, permiten relacionar publicaciones ligadas al mismo tema.

1.3. La plataforma de *TikTok*. ¿Cómo opera su algoritmo?

La plataforma *TikTok* se caracteriza por la recursiva visualización de contenidos, asociados a las preferencias del usuario y mediados por los algoritmos, en un transcurrir ilimitado de vídeos cortos con un incipiente automatismo estructural, resultado del simple movimiento de deslizar la pantalla (Anderson, 2020). En este contexto de generación recurrente, algunos estudios muestran que las prácticas de producción y consumo en redes sociales pueden adquirir un carácter de prácticas pensadas de naturaleza intencional; y a su vez, no intencionales y mediadas por la arquitectura y los algoritmos de las plataformas (Ahmadi y Wohn, 2018; Mitchelstein et al., 2020).

De este modo, *TikTok* media en el contenido que se genera y produce a través de su arquitectura, intencionalmente normativizada, como muestran algunos estudios (Martínez-Valerio, 2022; Martínez-Valerio, 2023). Con una naturaleza adictiva para las generaciones más jóvenes (Neyaz et al., 2020), la plataforma predetermina un contenido basado en los intereses de los y las usuario/as impulsado por el algoritmo "para usted" (Anderson, 2020).

Teniendo en cuenta que, en la actualidad, se trata de la aplicación con mayor crecimiento entre la juventud (Statista, 2023), es llamativo que existan ciertos vacíos de información acerca de los mecanismos activados por la plataforma para la regulación de las prácticas. Entre los términos explícitos de regulación accesibles en su portal (TikTok, 2022) se incluyen: ningún material racista o discriminatorio con base en la multiplicidad de variables interseccionales (religión, edad, género, sexualidad, ideología, etc.) (Weimann y Masri, 2020) implícitas a las prácticas. Estas variables actúan como aspectos visibles con un carácter diferenciador.

Hay una confluencia de variables que operan en el proceso de producción de contenido, junto al algoritmo de la plataforma. Una de las principales características de *TikTok* es la asociación del contenidos a una base musical, como fragmento significativo de la producción. Además, la plataforma posibilita, como sucede con sus predecesoras, la utilidad de las etiquetas o también denominados *#hashtags*, que las convierte elementos imprescindibles en las estrategias y condiciones de producción y difusión de contenido (Anderson, 2020).

Así, por ejemplo, existen trabajos (Weimann y Masri, 2021) que muestran que las funciones del algoritmo de la plataforma presentan ciertas irregularidades. Los mecanismos de seguridad y control de *TikTok*, en los procesos de recomendación de contenidos, se encuentran asociados al entrenamiento del algoritmo, lo que permite que contenidos inadecuados lleguen a la población más joven. En una recursividad de posibilidades de acaecer en la visualización de contenidos extremistas con influencia en los procesos de

construcción de la identidad de la juventud. De ahí la importancia de investigar los procesos formativos implícitos al devenir de las prácticas desarrolladas en las plataformas.

1.4. Uso de la plataforma por los jóvenes *Tiktokers* ¿Cómo son sus prácticas?

La creciente demanda de descargas alcanzada por la aplicación de *TikTok* (Statista, 2023) tiene su origen en el tipo de contenido que prefieren los jóvenes. La explosión de prácticas que posibilita la plataforma, ligadas a la creación y difusión de vídeos cortos ha permitido que este alcance los primeros puestos en los *rankings* de popularidad (Anderson, 2020).

Los jóvenes emplean las plataformas, como estrategia de autopresentación, poniendo en juego las barreras de la privacidad (Hernández-Serrano et al., 2022; Sibilia, 2008; Zamora, 2018) por medio de recursivas prácticas. Al respecto, *TikTok* posibilita mostrar la singularidad como sujetos (Remondino, 2012) en un entramado complejo de materialidades y discursos que moldean estas prácticas. Como procesos condicionados por la convivencia híbrida que posibilita la heterogeneidad de dispositivos existentes y en continua actualización.

En estos procesos de generación y difusión de contenidos los sujetos buscan presentarse a sí mismos (Goffman, 2001) mostrando una identidad que evidencie cierta seguridad hacia lo que es mostrado a los demás. Una presentación en la que opera el suceder de prácticas, que se encuentran condicionadas por las influencias externas de los contextos de desarrollo y socialización (Lloyd y Duveen, 1991).

De este modo, *TikTok* avanza escaladamente como entorno *prosumer* (Jenkins, 2006; Toffler, 1980) donde la juventud, como productores y consumidores desempeñando un mismo rol en constante interacción, se sumerge diariamente (Martín-Ramallal y Micaletto, 2021) en un estado de conexión constante. Se trata de una confluencia de elementos implícitos en las prácticas, donde las redes sociales se convierten en espacios cargados de afectos, que permiten definir lo que uno/a es o pretende mostrar, relacionado con la exposición de un yo visible que desea ser reconocido por los demás (Sibilia, 2008).

En medio de este confluir de prácticas, se generan nuevos espacios donde jóvenes intercambian información y aprendizajes (Gil-Fernández y Calderón-Garrido, 2021). La intensa actividad de los y las jóvenes en redes sociales envuelve actuaciones organizadas que constituyen prácticas que se divulgan y transmiten. En un proceso que, en cierto modo, se considera una forma de persuasión, en la que los sujetos actúan con un objetivo dependiente de la respuesta del público al que se pretende llegar: los denominados *followers* o seguidores/as (Díaz, 2017).

En este sentido, Schatzki (1996) define el concepto de *práctica social* como “nexo de hacer y decir” [nexus of doings and sayings]. En el marco de esta definición, Bourdieu (2007) señala que las prácticas sociales se enmarcan dentro de un esquema de comportamiento fecundado histórica y socialmente como *Habitus* (Bourdieu, 2007) que origina prácticas sociales, individuales y colectivas, con límites inherentes a las condiciones particulares de producción, como esquemas que gobiernan las propias prácticas. Conformando *trayectorias sociales* (Bourdieu, 2007) y longitudinales, visibles en las plataformas digitales, a través de las historias de vida que conforma la permanencia espacio temporal del contenido producido. Donde la juventud se convierte en *practicantes* de la *práctica social* (Reckwitz, 2002).

En el marco de esta concepción, la propia arquitectura y funcionalidades de la plataforma *TikTok*, posibilita un amplio abanico de acciones a los y las jóvenes, que los convierte, en *prosumidores* (Toffler, 1980) de contenido de forma versátil y efímera, de una amplia variedad de temáticas sobre las que versar sus publicaciones (Rodríguez-Illera et al., 2021). Es una confluencia transitoria de pensamientos, sentimientos y acciones que constituyen prácticas visibles.

Un juego implícito en los procesos de generación y difusión de contenidos en redes sociales, donde se dan círculos sucesivos de prácticas que concatenan imágenes, texto narrativo, bases musicales, y en el caso de *TikTok*, un elemento vehicular como eje clave de la apropiación de los más jóvenes a esta plataforma: la producción de vídeos cortos en *loop*⁴ (TikTok, 2022). En ellos, el cuerpo y las materialidades visibles se convierten en elementos centrales de las producciones.

Estas modalidades de producción de contenido conllevan prácticas implícitas en las que median, tanto, variables interseccionales (sexo, género, orientación sexual, edad, política, etc.) como propiedades intrínsecas y la arquitectura de las plataformas (Costa, 2018). De ahí la importancia de estudiar este fenómeno que tiene alta penetración en los procesos de construcción de la identidad/s de la juventud.

En este sentido, las redes sociales se convierten en espacios de transitar de prácticas, en una búsqueda constante de información, por medio de procesos comparativos con el entorno híbrido inmediato. En el caso de los adolescentes y jóvenes, como usuarios más activos, se establece el denominado efecto de perfil *espejo* (Oberst et al., 2016), de aquellos referentes en los que reflejarse. De este modo, que se construyen comunidades de intereses compartidos.

⁴ *Loop*: proceso, sistema o estructura circular, la cual termina donde comienza y viceversa.

Rheingold (1993) introduce el término “*virtual community*” como espacios de interacción que posibilitan nuevos ecosistemas de participación social en el que confluyen y coexisten prácticas y roles, que representan jerarquías y sistemas de estratificación implícitos y propios de la sociedad contemporánea, pero también posibilitan la apertura de tránsitos que crean líneas de fuga (Deleuze y Guattari, 1980).

Es la propia arquitectura de la plataforma la que se va adaptando a los intereses del/a usuario/a, operando como experiencia de descubrimiento (TikTok, 2022). Con multitud de funciones que permiten personalizar el *feed*⁵ como agenciamiento parcialmente intencionado. En una dimensión performativa de aquello que se pretende llegar a ser, donde las plataformas virtuales se convierten en dispositivos de control que marcan prácticas de “*estar constantemente disponibles*” (Sibilia, 2005). Con una base enmarcada en el devenir de las sociedades contemporáneas y la interconexión ubicua posibilitada por la heterogeneidad de dispositivos tecnológicos, que permiten la accesibilidad a las plataformas desde un punto cualquiera en tan solo un *click*⁶.

Se trata de una alternancia de procesos de mutación tecnológica (Foucault, 1997) que involucran acciones desde un sistema de estructuras de poder y saber hegemónicos, que operan mediante prácticas de *producción de sujetos consumidores* (Sibilia, 2005) bajo una aparente libertad vigilada. Productoras de una recursividad que retroalimenta y entrelaza discursos intensificados por la interseccionalidad de variables (sexo, género, orientación sexual, edad, política, etc.), que rigen los procesos, operando en las plataformas virtuales como reglas de *estar a la vista* (Remondino, 2012).

1.5. Tiktokers y prácticas de género. Entre resistencias y discursos normativos

Según los datos aportados por el estudio de SigmaDos (2021) *TikTok* reporta una mayor acogida entre mujeres que hombres. En este sentido, el informe de IABSpain (2022) identifica que un 51% de mujeres emplean redes sociales frente a un 49% de hombres. Además, del 85% de base muestral internauta que emplea las redes sociales, y con referencia al nivel de estudios, muestra que el mayor porcentaje corresponde al nivel universitario (51%), como población joven a la que se pretende acceder por medio de esta investigación. Así, *TikTok* se instaure como la red social que ha logrado posicionarse en el “*App Annie Ranking*” como la

⁵ *Feed*: página de inicio que muestra las publicaciones de una cuenta en orden cronológico. Es la parte visible de un perfil en *TikTok*. Se trata del álbum principal de vídeos cortos publicados en el muro de una cuenta.

⁶ *Click*: acción de clicar.

segunda red social más descargada con millones de usuarios activos (We are Social Spain, 2022).

Allí se producen prácticas en las que se interpelan cuerpos y subjetividades (Foucault, 1976) mediante técnicas de sujeción que avanzan escaladamente en su complejidad y efectividad, aunadas a los cambios acelerados que se suceden en la sociedad. Además, el marco de actuación donde desarrollan estas prácticas, representan ecosistemas donde la juventud se sumerge, construye y reconstruye su identidad como necesidad estructural (Braidotti, 2015). Actúan como espacios de referencia para las nuevas generaciones convirtiéndose en entornos de presencia social-virtual (Tobeña, 2020). En esta permanencia implícita de discursos de producción, se observan marcas de género (Herrada-Valverde et al., 2022) y emerge el dispositivo género/sexo, como un tipo de estructura social que precisa ser explorada (Connell y Pearse, 2018).

Siguiendo con estas ideas, Irigaray (1992) introduce el concepto de marca en su perspectiva de artificio que señala la pertenencia a un sexo, que son reproducidas en la virtualidad de las redes como ejes de diferenciación (Braidotti., 2004). El género es observable a través de marcas y prácticas concretas. Las atraviesa en forma de dispositivo regulatorio (Remondino, 2012), en una realidad que perpetúa la construcción de la identidad asociada a estereotipos preexistentes arraigados a regímenes y órdenes sociales y ligados a una concepción de género condicionada (marco binario y dicotómico) (Butler, 2009; Masanet et al., 2016).

De este modo, las marcas de género constituyen aspectos visibles que reproducen desigualdades, presentes y transitorias en los espacios de participación "*Onlife*". Al respecto, algunos estudios señalan el papel de las redes sociales como espacios donde se desarrollan prácticas de género y movimientos ideológicos asociados, como el realizado por Peña-Fernández et al. (2023). Lo que aboga por investigaciones de estas acciones realizadas por jóvenes en la hibridez de estos espacios (López-de-Ayala, 2020).

En este sentido, algunas investigaciones (Martín-García y Martínez-Solana, 2019; Navarro y Villegas-Simón, 2022; Regueira et al., 2020) evidencian la perpetuación de estereotipos de género en las plataformas digitales que propician la asunción de una serie de características asociadas (López-Zafra et al., 2008). Esto se complementa con otras (Montero-Liberona et al., 2021) que muestran la existencia de diferencias de género sustentadas en la hegemonía de estereotipos que permanecen explícitos e implícitos en los procesos sociales que atraviesan los entornos virtuales (Rodríguez-Monge et al., 2022).

Así, las redes sociales son lugares que influyen en el comportamiento y los roles interiorizados, resignificando el constructo del género y estableciéndose categorías

identitarias (Connell y Pearse, 2018) donde el género no es solo diferencia, sino que se produce y reproduce en relaciones sociales y de poder dinámicas.

Al respecto, conocedores de que la plataforma *TikTok* establece, a partir de su algoritmo, contenidos relacionados con los intereses y la información de los y las usuarios/as, se puede afirmar que actúa como artefacto reproductor de relaciones de poder (Van-Dijck et al., 2018). Que influyen en el fenómeno de la *socialidad conectada* (Van-Dijck, 2016) como realidad posibilitada en la *sociedad plattformizada* (Van-Dijck et al., 2018).

A su vez, variables interseccionales juegan un rol y operan en las relaciones e interacciones que se suceden en estos espacios. Con una implicación cambiante en función de las prácticas desarrolladas y ajustadas a unos determinados cánones, El género constituye una construcción socialmente definitoria de lo que se presenta a los demás, con implicaciones en la reproducción de estereotipos (Ejea-Mendoza y Martínez-Romero, 2022).

En una permanencia implícita de discursos en los que se observan marcas y se experimenta con una enmascarada regulación codificada del género (Irigaray, 1992). Determinando un uso de redes sociales acorde con la asunción de roles de género tradicionales, con marcadas diferencias dentro de un binarismo condicionado (Suárez-García y Álvarez-García, 2023). No obstante, las prácticas de género también permiten adquirir un determinado capital social (Dall'Orso-Swayne y Arbaiza, 2021).

1.6. Plataformas virtuales como nuevos territorios formativos: Poder y nuevos agenciamientos

En esta confluencia de procesos marcados por variables interseccionales (sexo, género, orientación sexual, edad, clase social, etc.) las plataformas virtuales emergen como espacios donde la juventud conforma comunidades de interacción y convivencia. En ellas, se propician ambientes dialógicos colectivos, en los que se intercambian discursos (en forma de contenido) que llegan al público más joven (Galarza-Fernández y Castro-Martínez, 2022).

La Real Academia Española define el concepto de *formación* como “acción o efecto de formar o formarse” (Real Academia Española, 2022, Definición 1). La unión de este proceso con el dinamismo propio de las plataformas virtuales desemboca en la irrupción de nuevas modalidades de formación, caracterizadas por la versatilidad y el impacto de las imágenes y vídeos cortos como píldoras educativas y de concienciación de la audiencia. En los que permanecen implícitos planteamientos y movimientos de marcado carácter social, ideológico y político, como es el caso del feminismo (Galarza-Fernández y Castro-Martínez, 2022).

De este modo, plataformas como *TikTok* adquieren el papel de herramientas formativas y divulgativas, más allá del simple entretenimiento (Martínez-Sanz et al., 2023). Además, se convierten en un escaparate idóneo para dar voz y visibilidad a los usuarios (Micaletto-Belda y Martín-Ramallal, 2023).

En este contexto (Pereda-Nieto y Dans-Álvarez, 2022) muestran la potencialidad de las redes sociales como territorios donde desarrollar experiencias educativas, adaptadas y significativas para la juventud. De este modo, pueden adquirir un rol de “*influencers educativos*” en coherencia con su convivencia diaria en estos entornos. Redefiniéndose el papel del alumnado como productor y agente activo en los procesos formativos.

Al respecto (Valcarce-de-Veer y Valdivia-Vizarreta, 2019) analizan la creciente influencia social y educativa de perfiles en redes sociales, vinculados a la generación de contenidos de problemáticas sociales propias de la era contemporánea y de extensa trayectoria histórico-social. Que constituyen retos educativos latentes en la cotidianeidad de las instituciones educativas y formativas (violencia de género, derechos de las mujeres, etc.). Lo que evidencia la relevancia de las plataformas digitales como espacios de acercamiento de la juventud a las realidades sociales, por medio de procesos formativos de naturaleza informal.

1.7. *Tiktokers* como nuevos formadores. Posibilidades desde la hibridez

El desplazamiento de las interacciones sociales a los espacios virtuales establece nuevas formas de aprender en un constante juego entre lo *online* y *offline*. En estos lugares, los jóvenes construyen fuertes conexiones con sus pares, posibilitando el desarrollo y la construcción de sus identidades (Del-Prete y Redon-Pantoja, 2020) que origina nuevos modos de ser y estar (Sibilia, 2008).

En concreto, la explosión de nuevos usuarios en edades cercanas a la adolescencia y a la juventud, considerada como un período crítico de transición, demanda investigaciones que permitan comprender e interpretar como los y las jóvenes se convierten en los nuevos formadores dueños/as de estos espacios (Frățilă, 2021).

En este confluir de espacios virtuales, *TikTok* se establece, según los datos de IABSpain (2022), como la cuarta red social más conocida, con un crecimiento porcentual de un 7% respecto al año 2021, en lo referido al conocimiento por parte de las y los usuarios. Al contrario de lo que sucede con las tres redes sociales posicionadas en un nivel de popularidad superior (Facebook, Instagram y Twitter) al mostrar datos negativos en relación con cifras de análisis realizados en años anteriores. En un rastreo de la evolución de las redes sociales, los datos del informe IABSpain (2022) muestran que la mayor ganancia de protagonismo de *TikTok*, se

establece en el período comprendido entre el año 2021 y el 2022 correspondiente con la época de pandemia Covid19. El crecimiento exponencial evidenciado en ese período (The social media family, 2022) progresa de forma paralela a la influencia de los *Tiktokers* en la vida de la audiencia, desarrollándose sentimientos de identidad y de compromiso socioemocional bidireccionales.

Como resultado emergen nuevos canales de comunicación mediados por una interacción constante, en la que roles, escenarios y acciones, se entrecruzan, integrando, a su vez, procesos formativos (Yarosh et al., 2016), e insertos en estrategias de producción que permiten alcanzar cierta originalidad y liderazgo, como características a poseer por parte de las y los usuarios *prosumers* y *Tiktokers*. De este modo, la efectividad del humor y entretenimiento, en forma de vídeos cortos, se postula como medio o herramienta de comunicación alternativa que promueve que las redes sociales puedan constituir nuevos espacios formativos (Barta et al., 2023).

Los entornos digitales se convierten en espacios de generación de prácticas discursivas (Foucault, 1978) que entrecruzan relaciones de poder y saber. En estos lugares, acciones orientadas a establecer relaciones sociales, reproducen, a su vez, un modelo hegemónico histórico, social y económico, implícito en las estrategias de participación y generación de contenido (Aparici y García-Marín, 2018). A su vez, emergen nuevas formas de participación basadas en la *horizontalidad* (Aparici y García-Marín, 2018). De este modo, la juventud adquiere un rol de agente activo en la construcción de espacios formativos en contextos plataformizados.

Izquierdo-Iranzo y Gallardo-Echenique (2020) proponen el concepto "*Studygrammer*" para definir a jóvenes estudiantes que ejercen un rol de mentor con un cierto liderazgo entre sus iguales, por medio de procesos formativos desarrollados en plataformas virtuales. En una mayor horizontalidad, influenciada por la volatilidad y el dinamismo propio de las plataformas. Lo que acerca al alumnado hacia influjos de participación, colaborativos, autorregulados, a la par que significativos (Arriaga et al., 2016). En la misma línea, (Acevedo-Borrega et al., 2022) evidencia el agenciamiento de roles dinámicos que produce el empleo alternativo de metodologías que integran el uso de redes sociales.

Al respecto, otras investigaciones (Castillejos-López, 2021) dan muestra de las oportunidades que posibilita la plataformas como herramientas de formación y aprendizaje permanente, teniendo presente la experiencia dicotómica que entraña su utilización: en un plano, las posibilidades que ofrece, y en el opuesto, la exposición de la privacidad y la demanda de un uso crítico y seguro que implican. Asimismo, los factores motivacionales y su relación los

procesos formativos entre iguales constituyen variables importantes (Guiñez-Cabrera y Mansilla-Obando, 2022) que confluyen en estas nuevas experiencias de formación.

Ante una apertura de posibilidades que ofrecen las innovaciones metodológicas, como germen promotor de la consecución de procesos de aprendizaje y formación autorregulados, reflexivos y cooperativos (Fox y Cayari, 2016). De este modo, se puede reconocer el carácter híbrido de los espacios virtuales como factor casuístico que influye en los desafíos y retos educativos pasados y emergentes.

Así, por ejemplo, existen trabajos (Colás-Bravo et al., 2015) que defienden la conectividad permanente y ubicua que posibilitan las plataformas virtuales y dispositivos móviles y las implicaciones positivas de su uso como herramientas educativas (Colás-Bravo et al., 2022). Resultan evidentes las rupturas en las metodologías tradicionales, ante oportunidades de innovación susceptibles de transformar los procesos formativos.

En este sentido, la cooperación y colaboración en los procesos formativos son variables promotoras de actitudes positivas entre la juventud (Thompson y Ku, 2006). En cierto modo, este *Plataformization Phenomenon* (Zhang y Negus, 2021) involucra interacciones sociales entre iguales, con diversos roles, como los de referentes y/o *influencers*, cuyas prácticas median en un proceso de construcción dual: de uno/a mismo/a y de influencia para y con los demás.

Al respecto, diversa literatura (Hernández, 2021) explora las implicaciones de la puesta en práctica de nuevas estrategias formativas en contextos hiperconectados como espacios de convivencia y tránsito diario de la juventud. En esta línea, las redes personalizadas de aprendizaje y formación son percibidas como positivas por los más jóvenes (Han y Ellis, 2021). En un confluir de múltiples elementos dinámicos que interactúan y visibilizan la naturaleza socio-relacional de los procesos formativos en estos entornos.

En este sentido, experiencias como la de #EduTok (Tejedor-Calvo et al., 2022) muestran la naciente oportunidad que posibilitan estas plataformas como nuevos escenarios de formación y aprendizaje, susceptibles de atravesar las metodologías y prácticas tradicionales. En consonancia, resulta innegable percibir que los procesos educativos se han visto afectados por la virtualidad que inunda los contextos formativos, con implicaciones sustanciales en la trayectoria de los flujos de conocimiento (Tejedor-Calvo et al., 2022).

Ante este hecho, surgen comunidades virtuales como entornos de formación y participación social (Rivera-Vargas y Miño-Puigcercós, 2018). En este sentido, se convierten en espacios que visibilizan alternativas de relaciones de poder y saber, roles activos de la juventud y

procesos formativos como construcción social. Lo que produce la apertura de espacios de confluencia de prácticas alternativas en coexistencia con lo establecido como norma. En lo que Deleuze y Guattari (1980) denominan “puntos de fuga” como fuera de lo normativo y situado en los *márgenes* (Haraway, 1995).

Y ahí radica la importancia de los y las jóvenes como usuarios/as prosumidores en estos espacios, en relación con los discursos y contenidos que se transmiten, y los modos en que se difunden. ¿Cómo son las prácticas de género en los espacios “*Onlife*”? ¿Podríamos decir que este proceso de influencia incide en la manera de ser y estar de la juventud? ¿Desarrollan un proceso formativo alineado a objetivos predeterminados? Si esto es así, para el campo educativo es importante conocer qué prácticas de género desarrollan los y las jóvenes en estas plataformas Y cómo se producen los procesos formativos.

2. Objetivos

El objetivo general del trabajo se concreta en la necesidad de identificar y comprender los procesos formativos implícitos en las prácticas de género de jóvenes en la plataforma *TikTok*.

De la configuración de estas preguntas emergen una serie de objetivos específicos:

1. Analizar las prácticas y marcas de género que desarrollan jóvenes *Tiktokers* en la plataforma de *Tiktok*.
2. Establecer relaciones entre las condiciones y estética de producción de los materiales elaborados y su impacto en la audiencia.
3. Analizar el flujo del desarrollo de producciones de los perfiles de *Tiktokers* seleccionados a través de su trayectoria en la plataforma.
4. Relacionar las características de la arquitectura de la plataforma con las producciones de prácticas de género.

3. Metodología

El presente trabajo de fin de máster se inicia con una revisión documental de la bibliografía específica de los constructos teóricos y dimensiones que componen la investigación. Con el propósito de alcanzar el cuerpo de objetivos, se opta por un diseño de tipo cualitativo. De este modo se busca alcanzar un conocimiento sólido y completo sobre los procesos formativos implícitos en las prácticas de género de jóvenes en la plataforma *TikTok*.

Para abordar este complejo objeto de estudio se ha llevado a cabo un estudio de casos (Flick, 2015) seleccionados con un enfoque secuencial mediante el empleo de una herramienta analítica de redes sociales para la selección de *hashtags* o etiquetas (etapa 1) referidas al constructo teórico de relevancia del estudio “*prácticas de género*”. La utilización de los

hashtags como elemento de análisis se sustenta en la observación de investigaciones previas (Caro-Castaño, 2015; Marcelo y Marcelo, 2021; Padilla-Castillo y Rodríguez-Hernández, 2022) que emplean la misma metodología de filtrado de contenido y vía de exploración en plataformas, lo que fundamenta la idoneidad de la decisión metodológica.

En segundo lugar, se realizó la selección de los casos, empleando los *hashtags* como elemento vehicular y atendiendo a criterios preestablecidos. En esta etapa se llevó a cabo la observación de los perfiles, desde la etnografía digital como metodología principal, con el objetivo de conocer como son las prácticas de género de los jóvenes en la plataforma y como se produce su efecto formativo (etapa 2). De este modo se aboga por la realización de un proceso metodológico que concatena la búsqueda documental y revisión del estado de arte de los constructos teóricos, y, la observación de la actividad social y el rendimiento de los perfiles de jóvenes *Tiktokers*. Desde la sistematicidad característica del propio proceso llevado a cabo, que responde a un enfoque de naturaleza interpretativa, confrontando las oportunidades y fortalezas del paradigma y atendiendo al significado interno de los fenómenos sociales y educativos (Sánchez-Gómez, 2015).

3.1. Técnicas de recogida de datos

Los datos fueron recogidos empleando las siguientes técnicas y herramientas de carácter cualitativo:

- Herramienta analítica de redes sociales “Best-Hashtags (<https://best-hashtags.com/>), de uso libre y gratuito en su versión básica, para la selección de *hashtags* que posibilitan el filtrado de contenido, como vía de exploración en el proceso de selección de los y las participantes del estudio (muestreo intencional).
- Observación de los perfiles desde la Etnografía Digital, como técnica de investigación principal, para el análisis de las relaciones sociales y las estrategias de producción de contenido de jóvenes *Tiktokers*, con relación a las prácticas de género que realizan en estos espacios.
- Empleo de programas especializados para el análisis de datos (*software* de análisis de datos cualitativos ATLAS.ti 23), y, elaboración de diarios de investigación (Simons, 2009), como herramienta principal de recogida de datos.

Para el desarrollo del análisis se establecieron como ejes centrales:

1. La definición teórico-conceptual del paradigma de la *práctica social* (Bourdieu, 2007; Schatzki, 1996; Reckwitz, 2002).

2. Establecimiento de dimensiones, siguiendo el marco teórico: puntos de fuga y prácticas de resistencia, cuestionando los límites de lo normativo como prácticas que son generadas fuera de los márgenes (Deleuze y Guattari, 1980; Haraway, 1995).

3.2. Fases del proceso de investigación

En este apartado se presentan las fases del proceso de investigación que se ha centrado en el seguimiento sistemático de dos estudios de caso. Se concreta la investigación en un estudio de carácter cualitativo, con un diseño que ha constado en tres fases diacrónicas: La primera de ellas, se concretó en un estudio exploratorio con el empleo del sitio web *Best-Hashtags* (<https://best-hashtags.com/>) que permitió obtener los principales *hashtags* más utilizados en la plataforma de *TikTok* relacionados con el término género. A partir de los que se seleccionaron los perfiles de dos jóvenes *Tiktokers*, atendiendo a criterios preestablecidos, con especial relevancia las identidades de género.

En la segunda etapa, se concretó el estudio de caso de las cuentas de *TikTok* de los sujetos, mediante la técnica de observación y la herramienta de recogida de datos del diario de investigación. Finalmente, en la tercera etapa, se analizaron todos los datos cualitativos empleando el *software* especializado ATLAS.ti, versión 23.

3.2.1. Primera fase: Análisis de *hashtags* o etiquetas

En la primera fase de la investigación, desarrollada durante el mes de febrero, se empleó el sitio web *Best-Hashtags* (<https://best-hashtags.com/>), como herramienta libre y gratuita, que permite obtener aquellos *hashtags* relacionados con la etiqueta y/o *hashtag* que se disponga en el directorio de búsqueda. El *hashtag* de búsqueda utilizado en la presente investigación se corresponde a la etiqueta #género, debido a que tras una prueba piloto, se tornó el más idóneo al reportar los *hashtags* más relevantes relacionados con el complejo objeto del estudio.

A partir de este proceso inicial, la web *Best-Hashtags* proporcionó los principales *hashtags* relacionados con el término género: #género #feminismo #mujeres #igualdad #mujer #feminista #lgbt #diversidad #patriarcado #violencia #psicologia #niunamenos #machismo #trans #amor #queer #argentina #violenciadegenero #gender #sexualidade #sexualidad #gay #equidad #igualdaddegenero. Para complementar esta búsqueda se decidió buscar también el término género en inglés y se obtuvieron los siguientes resultados: #gender #lgbtq #lgbt #transgender #queer #trans #gay #equality #feminism #pride #nonbinary #genderequality #genderfluid #lesbian #love #feminist #women #art #lgbtqia #bisexual #genderreveal #loveislove #sexuality #womenempowerment #diversity #genderqueer #womensrights

#pansexual #girl #baby. Este programa reportó datos referidos al nombre de las etiquetas, el orden que ocupan como *hashtags* más usados y recomendados y el porcentaje de los *hashtags* sobre género en varias redes sociales (*Instagram, Twitter, Facebook y TikTok*). Posteriormente se dispusieron en un tabla los *hashtags* relacionados con la etiqueta género y el Top diez *hashtags* sobre género, como muestra la **Tabla 1**.

Tabla 1

Hashtags proporcionados por el programa Best-Hashtags

Hashtags #Género	Top 10 Hashtags #Género
<i>#genero</i>	<i>#genero</i>
<i>#feminismo</i>	<i>#feminismo</i>
<i>#mujeres</i>	<i>#mujeres</i>
<i>#igualdad</i>	<i>#igualdad</i>
<i>#feminista</i>	<i>#mujer</i>
<i>#lgtb</i>	<i>#feminista</i>
<i>#diversidad</i>	<i>#lgtb</i>
<i>#patriarcado</i>	<i>#diversidad</i>
<i>#violencia</i>	<i>#patriarcado</i>
<i>#psicología</i>	<i>#violencia</i>
<i>#niunamenos</i>	
<i>#machismo</i>	
<i>#trans</i>	
<i>#amor</i>	
<i>#queer</i>	

#violenciadegenero	
#gender	
#sexualidad	
#gay	
#equidad	
#igualdaddegénero	

Nota: elaboración propia


Una vez se han establecido los *hashtags* o etiquetas más relevantes para la investigación se ha procedido a la selección de los y las participantes. Este proceso se ha estructurado en tres fases correlativas: 1) Creación de una cuenta en la plataforma *TikTok* de uso exclusivo para el estudio (@inesinvestigadoratfm); 2) Exploración de producciones y perfiles de *TikTok* utilizando la Etnografía Digital (Angrosino, 2012; Pink et al., 2019) como metodología de investigación principal, con el empleo de los *hashtags* o *etiquetas* como motor de búsqueda principal; 3) Selección de perfiles de *Tiktokers* con un mayor nivel de participación en la plataforma, con producciones vinculadas a los *hashtags* y etiquetas relevantes de la investigación.

Como paso previo, en interacción con la plataforma, se dispuso la etiqueta #género en el directorio de búsqueda. La **Tabla 2** recoge la relación de *hashtags* con mayor número de visualizaciones emergentes de este proceso de búsqueda, realizado a principios del mes de febrero de 2023. A partir este proceso se obtuvieron un total de 8 *hashtags*, y se escogieron los dos con mayor número de visualizaciones, como ejes vehiculares para la búsqueda y selección de los perfiles de *Tiktokers* para el estudio de caso.

Tabla 2

Relación de Hashtags y número de visualizaciones

Orden	Hashstag	Visualizaciones (expresión en millones)
1	#generofluido	780M visualizaciones

2	#nobinario	743.1M visualizaciones
3	#orgulloentiktok	663.7M visualizaciones
4	#genero	652.9M visualizaciones
5	#diversidad	509.5M visualizaciones
6	#VisibilidadTransgenero	308.6M visualizaciones
7	#empoderamientofemenino	145.8M visualizaciones
8	#lgbt 	24.2M visualizaciones

Nota: elaboración propia

3.2.2. Segunda fase: Acceso al campo y participantes. Etnografía Digital

La segunda fase del estudio ha sido desarrollada durante los meses de marzo y abril. Esta ha consistido en el acceso a la plataforma y selección de los sujetos de la investigación. Para la selección de los participantes se tomó como base la introducción de los dos *hashtags* obtenidos en la segunda etapa (ver **Tabla 2**). Para el acceso al campo y posterior selección de los participantes se estructuraron varias fases acorde a criterios preestablecidos.

En primer lugar, se accedió a la plataforma *TikTok* a través del perfil creado de forma exclusiva para la investigación (@inesinvestigadoratfm). Posteriormente se emplearon los *hashtags* #nobinario y #generofluido, como ejes vehiculares que actúan de filtro para la búsqueda de producciones, al poseer un mayor número de visualizaciones y, por lo tanto, un número superior de publicaciones asociadas (en forma de vídeos cortos).

Seguidamente, se establecieron los criterios para la selección de los y las participantes: 1. Jóvenes productores de contenido ligado a los dos *hashtags* más visualizados (ver **Tabla 2**); 2. Jóvenes de edades comprendidas entre 18 y 24 años de edad; 3. Jóvenes de distintos puntos geográficos; 4. Diversidad de identidades de género; 5. Empleo de los *hashtags* y etiquetas relevantes para la investigación (ver **Tabla 2**); 6. Alto nivel de interacción y actividad varias de las funcionalidades de la plataforma (vídeos cortos y discursos en forma de texto). De este modo, tras una revisión general de las producciones asociadas a ambos *hashtags*, se seleccionaron dos perfiles (@charlieerroz y @lily_ana_ch) atendiendo a los criterios preestablecidos. Ambos poseen géneros diversos y un alto rendimiento en la plataforma, lo que fundamenta la decisión metodológica. Los datos de los sujetos se muestran en la **Tabla 3**.

Tabla 3

Datos del perfil de TikTok de @lily_ana_ch y @charlieerroz

Nombre	Nombre del perfil	Número de me gustas	Seguidores	Seguidos
Lyan_ch	@lily_ana_ch	2.3M me gustas	49.9 seguidores	51 seguidos
Charlie Erroz	@charlieerroz	573.9k me gustas	31.8 seguidores	192 seguidos

Nota: elaboración propia

Una vez seleccionados los participantes, se accedió a sus cuentas mediante el perfil creado para la investigación. Ambas son cuentas públicas, por lo que no ha sido necesario el consentimiento firmado, ni salvaguardar la confidencialidad y el anonimato de los sujetos. Se empleó la *etnografía digital* (Hine, 2017; Pink et al., 2019) como técnica de observación principal, con el objetivo de rastrear la actividad, el rendimiento y la producción de contenido de ambos perfiles. En el campo de las prácticas, la etnografía digital, como refieren las autoras

Pink et al. (2019) se ocupa de la observación de las relaciones humanas, de poder y sociales; y, de las estructuras, normas y discursos implícitos y explícitos en una sociedad contemporánea e híbrida, dominada por lo digital.

Durante el mes de abril se rastreó la actividad social y el rendimiento de los perfiles mediante el empleo de la técnica de observación. Para el desarrollo del proceso de observación se establecieron una serie de criterios: 1. Se seleccionarían imágenes, vídeos y discursos relacionados con las prácticas de género; 2. Se analizarían producciones de todas las funcionalidades ofrecidas por la plataforma; 3. Se establecería un período de observación en función de los horarios más productivos de los perfiles analizados; 4. Se elaboraría un diario de investigación de cada perfil analizado. De este modo se analizarían las producciones generadas por ambos participantes, en forma de imágenes, vídeos cortos y textos narrativos. De este modo, se obtiene información de los actores y actrices en su propio terreno y lenguaje de actuación (Ballesteros, 2014) desde un paradigma interpretativo (Schenkel y Pérez, 2018) que sustenta la idoneidad de la decisión metodológica.

Esta fase de investigación se ha estructurado en dos etapas correlativas: 1. Observación de la información de cada cuenta y análisis de producciones (publicaciones presentes en el acceso inicial a la cuenta y de las generadas durante el período de observación); 2. Selección y análisis de las 10 producciones más relevantes de cada cuenta atendiendo a criterios preestablecidos.

En la primera etapa del proceso de observación, se realizó un análisis descriptivo del perfil y de todas las producciones. Para el desarrollo del proceso y de acuerdo con objetivos de investigación se establecieron una serie de criterios: 1. Se recogieron producciones (vídeos cortos, imágenes, texto narrativo y bases musicales) como elemento central de las interacciones en la plataforma de *TikTok* (la selección de las producciones se fundamentó alrededor del constructo teórico central del estudio “prácticas de género”; 2. Se recogieron las producciones con mayor número de interacciones (me gustas, comentarios y reacciones); 3. Se recogieron producciones ubicadas en todas las funciones ofrecidas por la plataforma (vídeos ubicados en el perfil; vídeos privados; vídeos favoritos; vídeos compartidos y vídeos que reciben me gustas).

De acuerdo con los criterios establecidos, se inició la primera etapa de la observación de la actividad de los sujetos, con la finalidad de profundizar en el análisis de las prácticas de género implícitas en el contenido producido por los jóvenes. Se llevó a cabo un seguimiento de cada cuenta por un período aproximado de quince días, durante el que se observó en un momento del día, generalmente la misma hora, el movimiento y rendimiento de las cuentas. Se empleó

un diario de investigación para cada cuenta (Simons, 2009) como herramienta de recogida de datos cualitativos, en el que se anotaron impresiones a cerca de la actividad de los sujetos y reflexiones relativas a cada caso. Además, se realizó un análisis individualizado de cada producción, tanto de las presentes en el perfil en su acceso inicial, como las generadas durante el período de observación.

Tras la primera fase del período de observación, comenzó la segunda etapa, en la que se seleccionaron 10 producciones de cada perfil, atendiendo a una serie de criterios: 1. Producciones vinculadas con los *hashtags* relacionados con la etiqueta #género (de acuerdo con el objetivo 1); 2. Producciones con un alto número de reacciones (de acuerdo con el objetivo 2); 3. Producciones de diferentes períodos temporales que permitan analizar el flujo de desarrollo y la trayectoria de los sujetos en la plataforma (de acuerdo con el objetivo 3). Posteriormente se realizó el análisis cualitativo de las 10 producciones seleccionadas, como materialidades emergentes de procesos dinámicos e interactivos mediados por influencias personales y colectivas (Rueda y Giraldo, 2016). El análisis de contenido (Delgado y Gutiérrez, 1998) ha resultado la metodología más idónea con relación a los objetivos de la investigación. Para asegurar la rigurosidad del método empleado se establecieron las siguientes dimensiones de análisis que ponen el foco en los aspectos observables de las producciones:

1. Conocimiento de la plataforma: se especifica en función del conocimiento técnico percibido (sobre la plataforma *TikTok*); el conocimiento contextual (marcos de referencia en las prácticas); influencias e implicaciones del entorno, los códigos y algoritmos y la propia arquitectura de la plataforma.
2. Significado y sentido de las prácticas de género: se especifica en función de las motivaciones de producción de contenido (prácticas); relación tiempo y espacio; las personas partícipes; los referentes o notas de inspiración e información; la estética de las producciones; las estrategias de participación y producción y la tipología de las prácticas (normativas, resistencia...).
3. Condiciones de producción de las prácticas de género: se especifica en función del objetivo perseguido en su realización, las condiciones estéticas de producción de contenido (preparación del escenario/s o *backstage*) y las prácticas y su relación con la arquitectura de la plataforma (*crear, compartir, difundir, producir*).
4. Jóvenes y prácticas de género visibles: se especifica por medio de la tipología de contenido generado por los jóvenes *Tiktokers*, con relación a la creación y producción de prácticas de género, a partir del análisis de los perfiles y producciones (reacciones, texto narrativo, base musical, etc.).

3.2.3. Tercera fase: Interpretación de los datos cualitativos

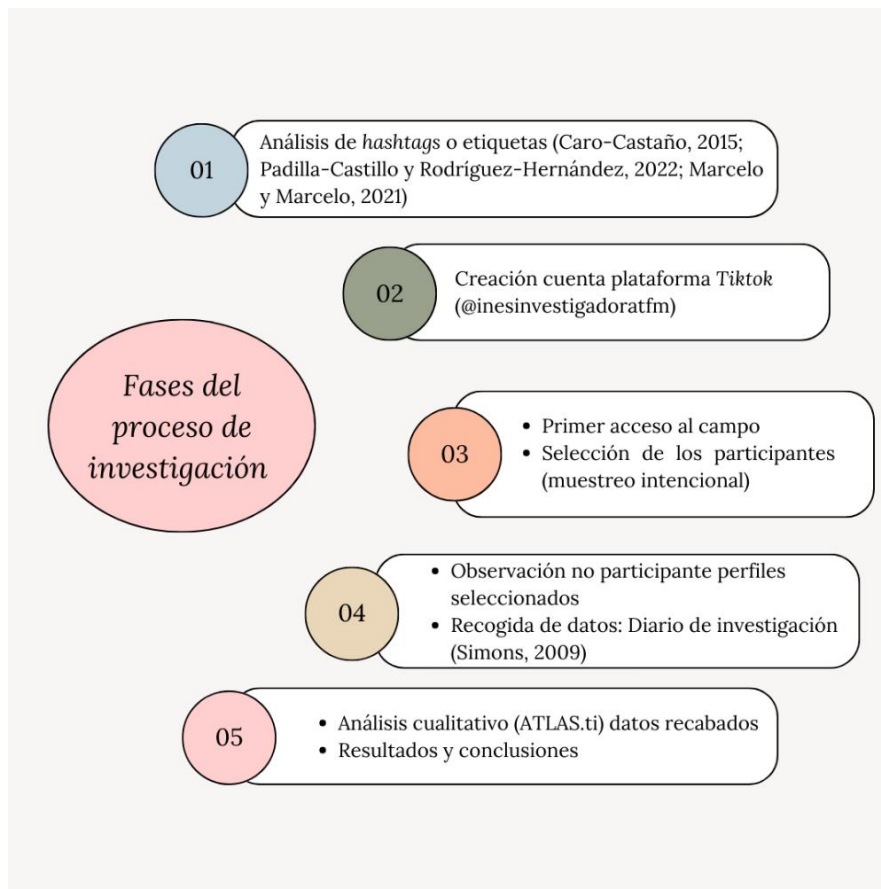
La tercera fase de la investigación se desarrolló durante los meses de mayo y junio. En su transcurso se analizó el cómputo total de datos obtenidos en el período de observación. Correspondientes a los diarios de investigación y todas las producciones seleccionadas; los discursos en forma de texto narrativo y las reacciones; también, las bases musicales integradas en los vídeos. Los datos fueron analizados con el empleo del *software* de análisis de datos cualitativos ATLAS.ti, versión 23, mediante procesos y tareas que integraron codificación, construcción de categorías y generación de relaciones (Gibbs, 2012).

Se ha realizado una codificación de tipo inductiva a partir de grupos de códigos o grandes categorías establecidas de forma preliminar, con relación al objeto del estudio. Con el objetivo de establecer asociaciones y relaciones entre las categorías y subcódigos para la comprensión en profundidad del complejo objeto de la investigación.

De este modo, el proceso de análisis cualitativo permitió dar respuesta a las preguntas centrales de investigación: ¿Cómo son las prácticas y los discursos de género de la juventud en la plataforma de *Tiktok*? ¿Cuál es el impacto de las prácticas y discursos en la audiencia? ¿Cómo son las condiciones y la estética de producción de la juventud *Tiktoker*? ¿Desarrollan un proceso formativo alineado a estas prácticas y discursos? ¿Tiene ello implicaciones para la investigación en el campo educativo? La **Figura 1** muestra las fases del proceso de investigación.

Figura 1

Fases del proceso de investigación



Nota: elaboración propia

4. Resultados

Los resultados se han organizado alrededor de los dos casos del estudio. En primer lugar, se presentan los resultados derivados del análisis de los diarios de investigación. Se examinaron los vídeos cortos, reacciones y comentarios (discursos en forma de texto y audio) correspondientes. Los datos fueron volcados en el *software* de ATLAS.ti, versión 23 con el objeto de facilitar la profundización de su análisis, mediante procesos y tareas que integraron codificación, construcción de categorías y generación de relaciones, que han llevado a la obtención de resultados y al establecimiento de conclusiones.

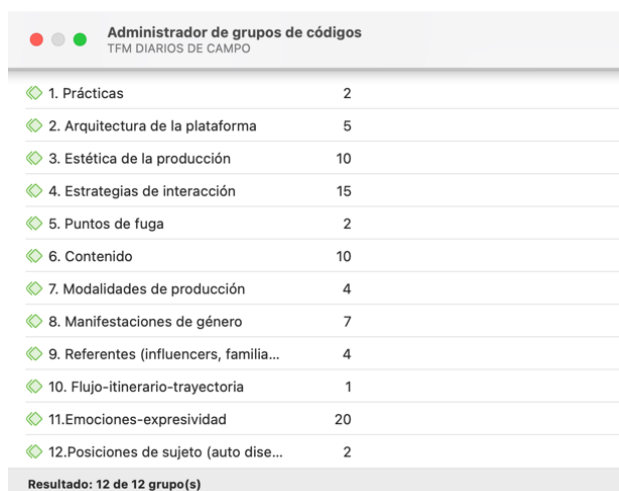
4.1. Redes de códigos emergentes del análisis de los diarios de investigación

Del análisis de los diarios de investigación se han configurado categorías y subcódigos mediante un proceso de codificación realizado con el *software* especializado de análisis de datos cualitativos ATLAS.ti, versión 23. Se han obtenido un total de 94 códigos agrupados en doce categorías (véase **Figura 2**): 1. Prácticas; 2. Arquitectura de la plataforma; 3. Estética

de la producción; 4. Estrategias de interacción; 5. Puntos de fuga; 6. Contenido; 7. Modalidades de producción; 8. Manifestaciones de género; 9. Referentes (*influencers*, familias, etc.); 10. Flujo-itinerario-trayectoria; 11. Emociones-expresividad; 12. Posiciones del sujeto (auto diseño de sí).

Figura 2

Administrador de grupos de códigos



Administrador de grupos de códigos TFM DIARIOS DE CAMPO	
1. Prácticas	2
2. Arquitectura de la plataforma	5
3. Estética de la producción	10
4. Estrategias de interacción	15
5. Puntos de fuga	2
6. Contenido	10
7. Modalidades de producción	4
8. Manifestaciones de género	7
9. Referentes (influencers, familia...	4
10. Flujo-itinerario-trayectoria	1
11. Emociones-expresividad	20
12. Posiciones de sujeto (auto dise...	2

Resultado: 12 de 12 grupo(s)

Nota: elaboración propia

La **Tabla 4** recoge las definiciones de los grupos de códigos utilizados en el análisis de datos cualitativo con el *software* especializado ATLAS.ti, versión 23.

Tabla 4

Definición de los grupos de códigos del análisis con ATLAS.ti, versión 23

Nombre del grupo de códigos	Definición
1. Prácticas	Acciones intencionales o no intencionales que involucran procesos de <i>crear, producir, compartir, difundir</i> . En las plataformas refiere a prácticas de producción de contenido.
2. Arquitectura de la plataforma	Refiere a las posibilidades, limitaciones que ofrecen las plataformas, así como al funcionamiento de los algoritmos que utilizan para orientar las prácticas en su seno.

3. Estética de la producción	Todos los elementos que se utilizan para producir una determinada práctica y que combinados dan un resultado determinado, ejemplos: fondos, filtros, corporalidad, <i>selfie</i> ...).
4. Estrategias de interacción	Actitudes y actividades que conducen al aumento y/o dirección, tanto del aumento/disminución de las interacciones, como su direccionalidad (ejemplos de “ <i>engagement</i> ” ⁷).
5. Puntos de fuga	Prácticas alternativas a lo establecido socialmente “norma”. Actitudes y prácticas de rebeldía ante que lo que supone o es tomado en consideración como lo “normal”.
6. Contenido	Término que refiere las diversas temáticas sobre las que versa el contenido producido.
7. Modalidades de producción	Conjunto de elementos que en interacción con las prácticas conforman el contenido generado, producido y difundido (ejemplos: música, fotogramas, imágenes, vídeos, etc.).
8. Manifestaciones de género	Construcción social de las expresiones de género, estereotipos o aquellas divergentes.
9. Referentes (<i>influencers</i> , familia, etc.)	Personas o expresiones culturales que influyen sus prácticas y/o pensamiento.
10. Flujo-itinerario-trayectoria	Recorrido del sujeto por la plataforma y sus relaciones, la evolución de su modo de

⁷ *Engagement*: nivel de compromiso de la audiencia. Es decir, el grado de interacción que consigue una cuenta con sus seguidores en redes sociales (mide el número de me gustas, reacciones y comentarios que reciben las producciones).

	participación (consumidor, prosumidor) las continuidades y rupturas que ha implicado su trayectoria.
11. Emociones-expresividad	Manifestación de sentimientos, valoraciones, etc. (Ejemplos: emojis, expresiones escritas, letras de canciones).
12. Posiciones del sujeto (auto diseño de sí)	Discursos sociales sobre la construcción del yo.

Nota: elaboración propia

Los grupos de códigos conforman el núcleo de las relaciones de subcódigos. La **Tabla 5** recoge los subcódigos empleados en el análisis de los diarios de investigación y las publicaciones de las cuentas de los *Tiktokers*.

Tabla 5

Subcódigos emergentes del análisis de los diarios de investigación e imágenes

Nombre del grupo de códigos	Subcódigos
1. Prácticas	1.1. Prácticas_género 1.2. Prácticas_interacciónconaudiencia
2. Arquitectura de la plataforma	2.1. Tiktok; 2.2. Algoritmos;2.3. Perfil; 2.4. <i>Feed</i> ; 2.5. Encuadre
3. Estética de la producción	3.1. Selfie; 3.2. Filtros; 3.3. Escenarios;3.4. Fondos ;3.5. Vestimenta; 3.6. Poses; 3.7. Corporalidad; 3.8. Autoimagen; 3.9. Poses; 3.10. Maquillaje
4. Estrategias de interacción	4.1. Nombre del perfil; 4.2. Biografía; 4.3. Publicaciones; 4.4. Vídeos cortos; 4.5. Periodicidad; 4.6. Listas de reproducción; 4.7. Me gustas; 4.8. Comentarios; 4.9. Duración del vídeo; 4.10. Reproducciones; 4.11. Fecha de subida; 4.12. Música (elemento producción); 4.13. Discurso (texto en la producción); 4.14. Discurso (texto en la descripción); 4.15. <i>Hashtags</i>
5. Puntos de fuga	5.1. Alternativa a los cánones; 5.2. Prácticas de resistencia

6. Contenido	6.1. Reflexiones personales; 6.2. Anime; 6.3. Manga; 6.4. Transgénero (temática); 6.5. Sexualidad (temática); 6.6. Estudios; 6.7. Hobbies_poesía; 6.8. Hobbies_anime_manga; 6.9. Hobbies_vídeouegos
7. Modalidades de producción	7.1. Música (género); 7.2. Imágenes fijas; 7.3. Audio (voz en off); 7.4. Audio (voz sujeto)
8. Manifestaciones de género	8.1. Definición; 8.2. Formas de expresión de masculinidades y feminidades; 8.3. Aceptación diversidad; 8.4. Imágenes sexualizadas; 8.5. Identidades de género; 8.6. Pronombres; 8.7. Transicióngénero_mastectomía
9. Referentes (influencers, familia, etc.)	9.1. Seguidos; 9.2. Seguidores; 9.3. Familia; 9.4. Amigos
10. Flujo-itinerario-trayectoria	10.1. Trayectoria_plataforma
11. Emociones_expresividad	11.1. Amor; 11.2. Poder; 11.3. Pensativa; 11.4. Reivindicación; 11.5. Seguridad; 11.6. Tristeza; 11.7. Humor; 11.8. Felicidad; 11.9. Muerte_suicidio; 11.10. Enfado; 11.11. Desamor; 11.12. Emojis; 11.13. Sonriente; 11.14. Sensual; 11.15. Confianza; 11.16. Diversión; 11.17. Miedo; 11.18. Sorpresa; 11.19. Satisfacción; 11.20. Nerviosismo
12. Posiciones del sujeto (auto diseño de sí)	12.1. Autoayuda 12.2. Ironía

Nota: elaboración propia

4.2. Rastreado prácticas de género. *TikTok* como nuevo territorio formativo

En este apartado se presentan los resultados del análisis de las cuentas de los *Tiktokers*, en relación con el objetivo principal de la investigación. En primer lugar, se ha realizado un análisis descriptivo, como rastreo inicial de cada perfil. En segundo lugar, se expone de forma individualizada, el análisis de las redes semióticas generadas con el *software* especializado ATLAS.ti, versión 23; de los *hashtags* más visualizados en las producciones; de las interacciones (en forma de comentarios) de los sujetos con la audiencia y, por último, de las 10 producciones seleccionadas de cada perfil.

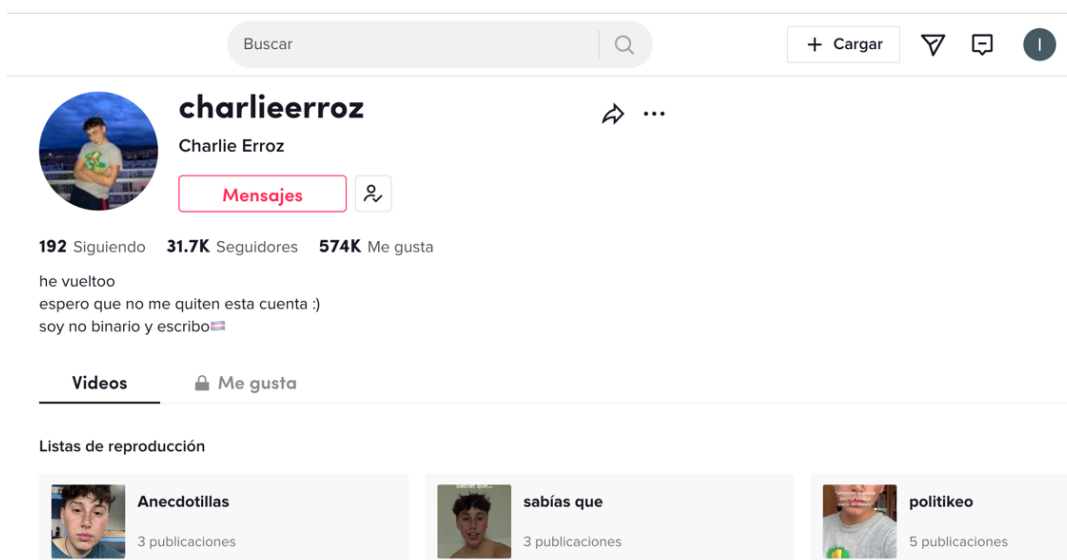
4.2.1. Estudio de caso: Perfil de @charlieerroz

La **Figura 3** muestra el muro del perfil de *TikTok* de @charlieerroz. Es un joven que se identifica como trans y no binario, como especifica la descripción de su perfil: He vuelto. Espero que no me quiten esta cuenta :). Soy no binario y escribo 🏳️ (símbolo emoji de la bandera transgénero).

Del análisis inicial de la cuenta se obtienen una serie de datos descriptivos. Se observa un total de 31.750 seguidores, 192 seguidos, 574,055 me gustas al inicio de la observación. Únicamente son visualizadas producciones en las funcionalidades de la plataforma correspondientes al *feed* y *me gusta*⁸ En el momento del análisis, realizado en el mes de marzo de 2023, se observan un total de 184 producciones en forma de vídeos cortos y 8 grupos de lista de reproducción denominados: 1. Anecdottillas (3 publicaciones); 2. Sabías que (3 publicaciones); 3. Politikeo (5 publicaciones); 4. Tatus (2 publicaciones); 5. Me acicalo (2 publicaciones); 6. Pelo (3 publicaciones); 7. Trans y no binario (65 publicaciones); 8. Poesía (14 publicaciones). El perfil es público.

Figura 3



Captura del muro del perfil de *TikTok* de @charlieerroz






Fuente: @charlieerroz en *TikTok*

⁸ *Me gusta*: conjunto de vídeos que le gustan a un usuario, de acceso privado para la audiencia.

4.2.2. Análisis de las prácticas de género visibilizadas en el perfil de @charlieerroz

El estudio de caso del perfil de @charlieerroz ha revelado que Charlie es un joven de 19 años de edad, que se define en su perfil como un chico trans y no binario: “soy no binario y escribo” (datos extraídos del perfil del sujeto como muestra la **Figura 3**). Como puede verse en la cuenta, un alto porcentaje de publicaciones integran argumentos, discursos e interacciones con la audiencia, desde del sujeto posición, basada en la reivindicación de la diversidad de identidades de género, la visibilidad del colectivo trans o disidente y la libertad de expresión. De forma conjunta al humor como variable implícita en el contenido producido. Como muestran algunos de los *hashtags* que integra como elemento “dinámico” de las producciones: #humor #trans #  # .

Del análisis de las producciones, se conoce que el sujeto se ha sometido recientemente a una mastectomía como parte de su transición de género. Se visualizan multitud de publicaciones en las que el sujeto aconseja a la audiencia acerca de este proceso, como respuesta a preguntas que le hacen sus seguidores (ver **anexos, Anexo 3**: Dudas sobre mastectomía). Además, se presenta en numerosas producciones con el torso desnudo, mostrando las cicatrices de la operación (ver **anexos, Anexo 4 y Anexo 5**). Al respecto en el **Anexo 6** (ver **anexos**) se observa una producción en la que el sujeto contesta a una pregunta que le realizan, referida a: ¿Por qué vas siempre sin camiseta? Ante estas preguntas se posiciona desde el humor y entretenimiento como modo de hacer frente a unas prácticas de género basadas en lo que se considera “normativo”.

Esta información es complementada con la integración recursiva de *hashtags* y etiquetas referidas: #trans #nobinario #nonbinary #lgbt #queer #  #  #  en sus producciones. En la etapa de recogida de información no han sido visualizadas modificaciones en la información relativa a la descripción de su perfil. Además, no se han generado nuevas producciones ni cambios visibles, desde una posición de investigadora observadora no participante.

Del análisis de su perfil, se conoce que forma parte de un grupo de amigas estable, que se visualizan en sus publicaciones en contadas ocasiones. Además, muestra en ciertas producciones a su familia. En concreto, en aquellas que muestran su cambio y transformación de transición trans, tras la realización de una mastectomía (ver **anexos, Anexo 7**: Siete días para quitarme las tetas).

Puede verse una mayor presencia de su hermana, con quien establece comparaciones, por medio de publicaciones en las que integra imágenes fijas de ambos, en la infancia y actualidad. Al respecto, se visualizan prácticas de resistencia ante expresiones de

masculinidades y feminidades implícitas, en un discurso que es transmitido desde una posición reivindicativa y de poder (ver **anexos, Anexo 8 y Anexo 9: Mi hermana y yo nos convertimos en la noche y el día**) marcado por el género.

El eje central de sus producciones se establece en torno a un flujo o trayectoria espacio temporal en la plataforma, marcada por un cambio y transformación física y psicológica, que comprende el período de transición de género, enfatizando el momento de la realización de la operación de mastectomía. El **Anexo 5** y el **Anexo 11** (ver **anexos**) muestran dos de las producciones asociadas a este cambio. Con una estética de producción en la que no se visualiza un énfasis en mostrar un contenido con la imagen como elemento central asociado a una estética cuidada, sino un discurso en forma de texto y audio dialógico (voz del sujeto), que se convierte en el eje vehicular de las prácticas de género.

En consonancia, las publicaciones muestran unas condiciones de producción asociadas a discursos y prácticas de género que muestran resistencia, ante los prejuicios implícitos en los procesos de construcción de las identidades de género, en concreto de las personas trans. Como evidencian fragmentos de los discursos de género integrados en las producciones del sujeto, recogidos en la red semántica generada del análisis de su perfil (ver **anexos, Anexo 1; véase Figura 11**):

La verdad es que no es eso, en plan sí que se quién soy, soy Charlie soy una persona no binaria, se lo que me gusta y se lo que no, o sea obviamente va cambiando con el tiempo. Pero, sí, sí que tengo claro quién soy, lo que pasa es que me gustan cosas asociadas (entre comillas) a lo que le debería gustar a un chico y cosas asociadas (entre comillas) a lo que le debería gustar a una chica, y ya, pero en plan tengo muy claro quién soy, de hecho, tengo más claro que soy que mucha gente cis (...) (D1:453)

De este modo, se visibiliza una tipología concreta de prácticas de *crear, producir, compartir, difundir*, dentro de las posibilidades que permite la arquitectura de la plataforma, en las que, desde la posición del sujeto, se pretende dar a conocer los dispositivos normativos que operan y gobiernan las identidades de género. En un sistema hegemónico-estructural, marcado por expresiones de masculinidades y feminidades, asociadas a un marco binario y dicotomizado.

En este contexto, en el perfil de @charlieerroz puede verse como herramienta de divulgación formativa y concienciadora, desde prácticas de interacción con la audiencia, que se asumen como prácticas en las que el género se establece como el elemento central de los procesos formativos y de aprendizaje dirigidos a una audiencia. De este modo, el sujeto participa en la plataforma como activo prosumidor, en los que se observan procesos formativos implícitos, a través del contenido generado en forma de vídeos cortos con discursos de género integrados

en forma de texto. En ellos puede verse una interacción recíproca con otros usuarios, quienes realizan preguntas, que obtienen respuesta en forma de nuevas producciones, como puede verse en la **Figura 11**.

Complementariamente, del análisis de las producciones se conoce que uno de los hobbies del sujeto es escribir poesía. Al respecto, se visualizan dos producciones en las que desarrolla esta práctica, en las que el género permanece implícito, como proceso que implica interacción con la audiencia. Se evidencia entonces una intencionalidad de dar visibilidad y voz a la diversidad de identidades de género, y a la libertad de mostrar el cuerpo como manifestación reivindicativa en forma de prácticas de género.

En este contexto, el concepto de identidades de género y en concreto el colectivo de personas trans, se convierten en las temáticas centrales del contenido producido, en forma de vídeos cortos. Los discursos en forma de texto, los *hashtags* y las bases musicales se transforman en partes constituyentes de la estética de las producciones. Con un objetivo de atracción, a la vez que formativo y divulgativo, a través de prácticas de género implícitas en las producciones, caracterizadas por una interacción recíproca y horizontal con la audiencia. Que implican un proceso de enseñanza, en el sentido de mostrar, como aprendizaje por imitación. El sujeto presenta su experiencia personal, mediante producciones y discurso implícitos en las prácticas de género, para que la audiencia se identifique, observe y recupere la experiencia propia.

4.2.3. Red semántica de subcódigos del análisis del perfil de @charlieerroz

La **Figura 1** (ver *anexos*) muestra la red que establece la relación de categorías y subcódigos emergentes del análisis del diario de investigación y las producciones de @charlieerroz. Puede verse una categoría central *Manifestaciones de género* de la que nacen conexiones en forma de relación con los subcódigos: Identidades de género, Pronombres, Prácticas de género y de interacción con la audiencia. Además de la categoría “Puntos de fuga” que sugiere relación con los subcódigos prácticas de resistencia y alternativa a los cánones. Como subcódigos que establecen una relación con el subcódigo “Formas de expresión de masculinidades y feminidades”. En este trabajo nos centraremos en estas relaciones en interacción a las producciones del sujeto y los discursos asociados a sus publicaciones.

Como apuntan los resultados, la identidad de género del sujeto @Charlieerroz y las prácticas de género asociadas al contenido producido, versan en torno a temáticas en las que el género, como constructo social, permanece implícito. En este contexto, la plataforma *TikTok* y el perfil del sujeto, se transforma en una herramienta de difusión de contenido e interacción continuada con una audiencia, a través de producciones que integran conversaciones

dialógicas de naturaleza formativa, dando forma a una comunidad de usuarios que comparten intereses y dudas, y que se muestran activos a través de la formulación de preguntas. En este caso, se corresponden, de forma central, a dudas y problemáticas asociadas al proceso de transición de género (mastectomía) y a experiencias y vivencias relatadas en primera persona, sobre las identidades de género (no binaria y trans), como se observa en las publicaciones. En una recursividad de la ironía, la reivindicación, el poder y el humor como lugar desde el que se posiciona el sujeto en el momento de producirse y mostrarse mediante prácticas de género.

En este sentido, estas comunidades se transforman en espacios donde los y las jóvenes interactúan, mediante la formulación de preguntas y la respuesta en forma de comentarios y nuevas producciones, que implican procesos formativos, colaborativos y horizontales, que son positivamente valorados por la juventud (ver **anexos**, ver **Anexo 5** y **Anexo 10**).

Esta forma de expresar vivencias propias y relatos personales, en forma de publicaciones en las que el género se instaura como elemento vehicular de las prácticas de producción de contenido, permite entrever la potencialidad de plataformas como *Tiktok*, como espacios de concienciación, que posibilitan un agenciamiento de roles activos por parte de la juventud. En este sentido, @charlieerroz reivindica la aceptación de la existencia de múltiples identidades de género, por medio de producciones que hace llegar a una audiencia, confrontando las expresiones de masculinidad y feminidad instauradas hegemónicamente en la sociedad:

El hecho de que el resto de gente y tú mismo dejes de exigirte feminidad te van a hacer expresarla y descubrirla de una manera mucho más natural y bonita y vas a tener más pluma que nunca. Se te va a despertar una sensibilidad por un montón de opresiones que antes desconocías completamente, y de repente, vas a ver el mundo como un lugar mucho más hostil e inseguro y vas a ver en ti mismo algunos pensamientos que te van a aterrorizar mucho y que te vas a dar cuenta de que te hacen daño y a partir de ahora tu vida será una constante construcción. (D1:130)

Junto a producciones en las que se dirige, desde una posición reivindicativa, a una audiencia concreta en defensa de las múltiples identidades de género, denunciando la dominación de una estructura heteronormativa en un marco dicotómico y binario que gobierna las prácticas:

Gente cis ESCUCHAD esto por favor: Voy a hacer un vídeo de cómo sobrevivir al verano siendo trans. Pero lo tiene que escuchar la peña cis, ¿por qué? Porque llevo toda mi vida tragándome, varios años tangándome vídeos de chicos trans explicando cómo sobrevivir al verano siendo trans y las respuestas eran ponte una camiseta, tapate más, escóndete más, ve menos a la playa, ve menos a la piscina, ve a piscinas

privadas, ve a tal playa que... no haber, eso está mal en plan es imposible sobrevivir al verano siendo trans así, o sea o cambia la sociedad o nuestros veranos van a seguir siendo una mierda... (D1:93)

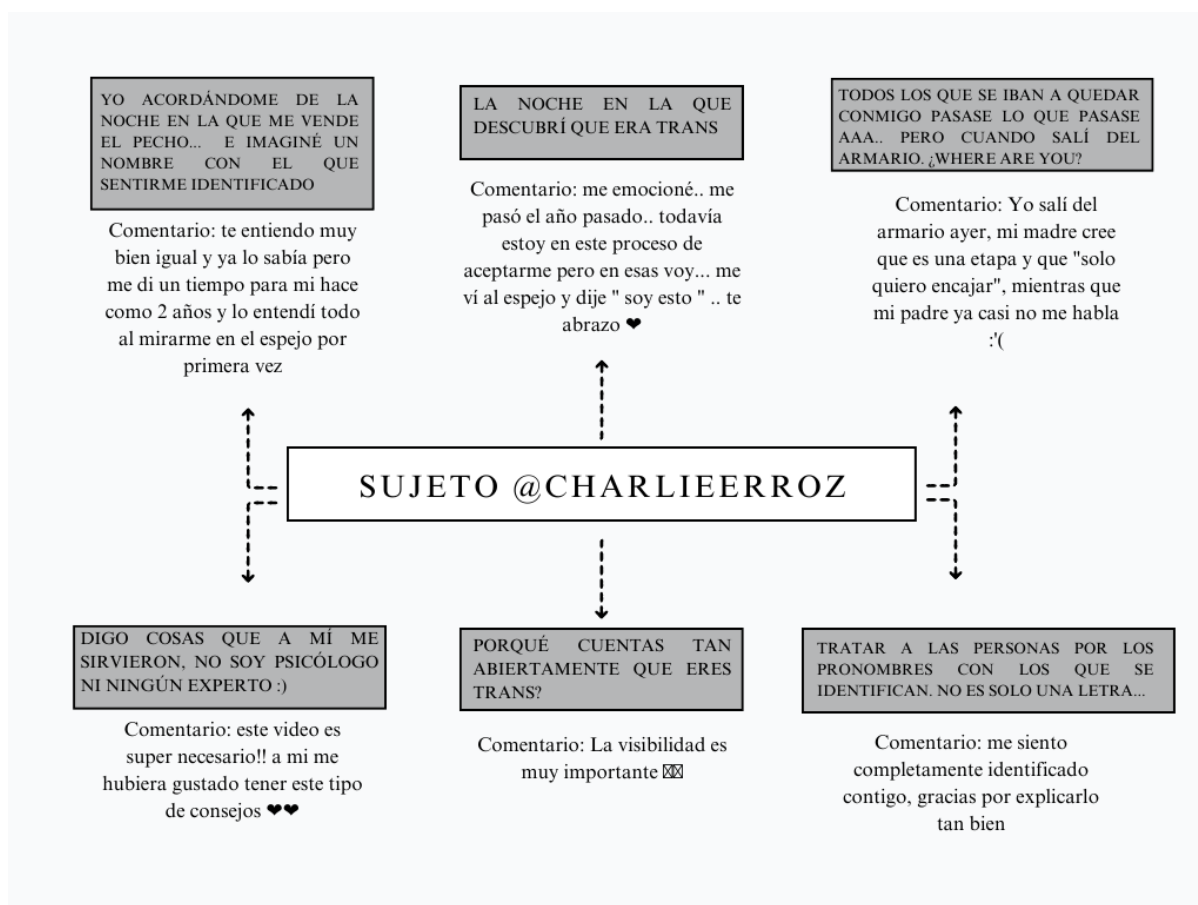
O sea que el cambio está en vosotros y vosotros y no en nosotres. En plan, te quiero decir, yo me puedo aceptar, pero si vosotros sois unos mierdas voy a seguir teniendo miedo evidentemente, entonces esa es la manera de sobrevivir al verano. Utópica pero la manera, por favor (D1:348).

4.2.4. Análisis de las interacciones de @charlieerroz con la audiencia

Como puede verse en la **Figura 4** se muestran las relaciones e interacciones dialógicas de @charlieerroz con la audiencia, en forma de comentarios.

Figura 4

Comentarios en las producciones del perfil de @Charlieerroz



Nota: elaboración propia

Los comentarios examinados muestran la importancia de las plataformas como espacios donde la juventud establece conexiones personales con otros sujetos, con nexos comunes de

como apropiación de un rol formativo y divulgativo posibilitado por la plataforma. Desde procesos de interacción horizontal con una audiencia que se muestra recíproca por medio de comentarios, me gustas, reproducciones y reacciones que reciben las publicaciones.

Se trata de un proceso que implica retroalimentación y *feedback* por parte del público al que se dirige la información. Sobre los contenidos, el *Tiktoker* @charlieerroz centra sus producciones en el recorrido o trayectoria vivida en el proceso de transición de género (mastectomía, cambios, devenires, problemáticas asociadas, sentimientos, experiencias) desde la multidimensionalidad que caracteriza al proceso.

Estas publicaciones representan un modo de expresión de la identidad propia asociada al género, que sirven como “modelo” o “ejemplo” de “prácticas alternativas” para la juventud. Como estímulo de ruptura de un marco dicotómico y binario implícito al género como lo “normativo” (ver **anexos**, véase **Anexo 10** y **Anexo 11**). Son visualizadas publicaciones en las que se relata el cambio vivido en relación con la identidad de género, con discursos en forma de texto implícitos en las producciones:

Straight she/her; 2. Bi she/her; 3. Gay she/her; 4. Bi they/them he/him (Figura 7)

Con una finalidad formativa, como estrategia de interacción, por medio de preguntas que realizadas por la audiencia que reciben respuesta del sujeto en forma de producción:

¿Cómo saber si eres trans?: Yo creo que la clave está en preguntarte si te incomoda o no te incomoda los pronombres con los que te tratan, si te incomoda o no te incomoda la etiqueta de tu género, y si quieres o no cambiarte el nombre, hacerte un cambio físico o no (Figura 8)

Ir al baño siendo trans (Figura 9)

En una confluencia de variables que dan forma a las prácticas de género, que ponen en juego estrategias de interacción y producción. Las condiciones en las que esta prácticas son producidas explicitan una estética de producción y unas técnicas de cuidado concretas, mediante la presentación de un sujeto con el torso desnudo, cicatrices (mastectomía), utilización de *hashtags* o etiquetas vinculados al género (véase **Figura 5**). Como procesos que forman parte y construyen la trayectoria o flujo de vida del perfil de @charlieerroz (ver **anexos**, véase **Anexo 7** y **Anexo 8**). En una recurrencia de mostrar el cambio vivido por el

sujeto, en relación con su identidad de género, que se convierte en el eje vehicular de la cuenta de *TikTok* (véase **Figura 12**):

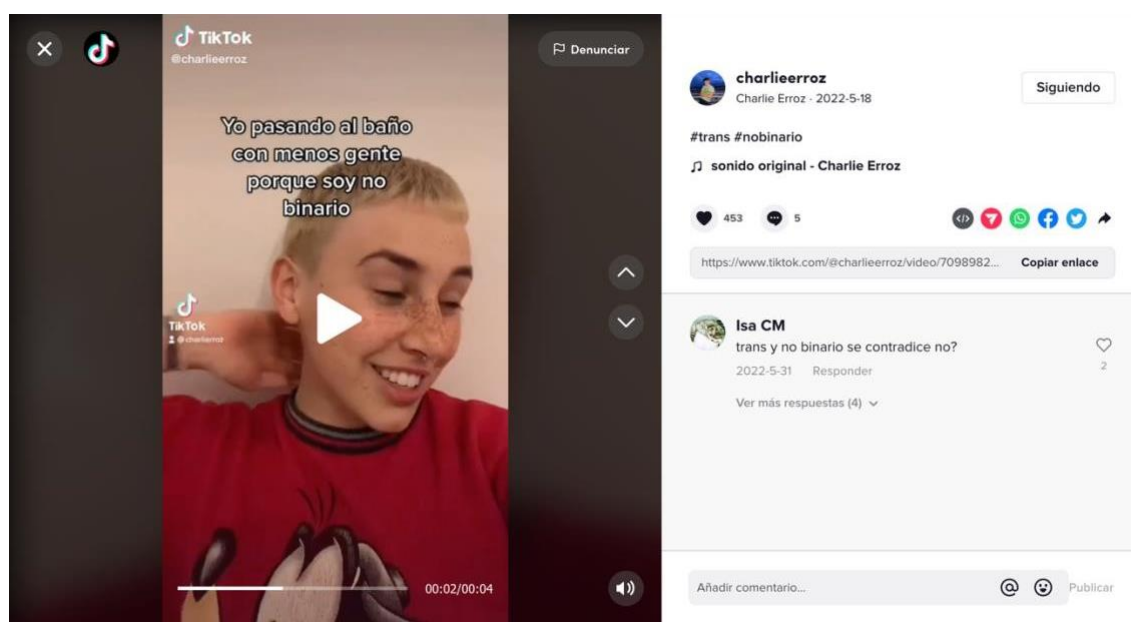
Y me miré al espejo y por primera vez me vi como de otra manera, y me empecé a llamar, en plan, Pablo, Marc, Xavi y muchísimos nombres y me acuerdo de mirarme y decirme: Guau, en plan, me estoy viendo por primera vez. Y fue increíble. Y, no sé, en plan, me apetece compartirlo. Lo he pensado y he dicho: bua, voy a contarlo. No sé creo que fue un momento en el que hice clic y dije: Es esto, es esto, deja de huir de ti, deja de darle vueltas, eres esto. Y fue, bua, como super bonito. Y lloré y todo. Pero que guay, jiji, anécdota compartida (Figura 12).

En este sentido se observa un proceso de construcción de una identidad virtual por medio de sucesivas prácticas de género, compartidas a un público con intencionalidad de obtención de un determinado capital social (véase la **Figura 13** y **Figura 15**).

La **Figura 6** muestra una producción del perfil de *TikTok* del sujeto @charlieerroz. Se visualiza un texto: Yo pasando al baño con menos gente porque soy no binario. Y un audio: ¿Habéis visto la cola que hay no? Pues yo me la ahorro porque ya soy celebrity... venga a tomar por culo. El sujeto se muestra sonriendo y con seguridad. La producción tiene 453 me gustas, 5 comentarios y 16.5k reproducciones. Integra los *hashtags*: #trans #nobinario.

Figura 6

Publicación de @charlieerroz

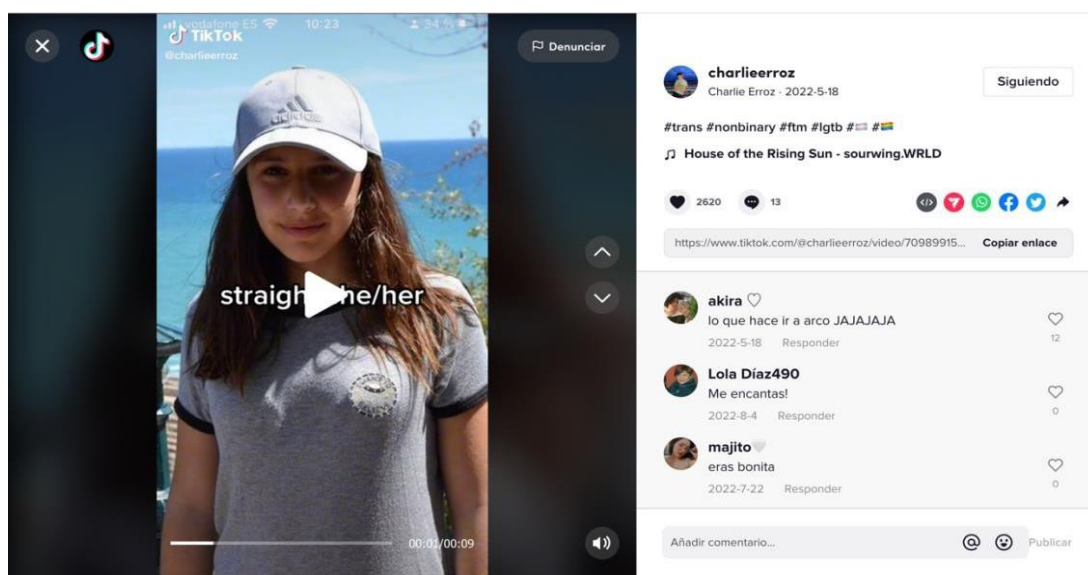


Fuente: @charlieerroz

La **Figura 7** muestra una producción de *TikTok* de @charlieerroz. Se observa una publicación en forma de vídeo corto se articula en tres imágenes fijas. En las que son integrados tres textos: 1. Straight she/her; 2. Bi she/her; 3. Gay she/her; 4. Bi they/them he/him. Y una canción: The House of the raisin sun- The animals (La casa del sol naciente). La producción tiene 2620 me gustas, 17 comentarios y 44.2k reproducciones. Integra los *hashtags*: #trans #nonbinary #ftm #lgtb # 🏳️‍🌈 # 🏳️‍🌈 .

Figura 7

Publicación de @charlieerroz



Fuente: @charlieerroz

La **Figura 8** muestra una producción del perfil de *TikTok* de @charlieerroz. Se visualiza un texto: ¿Cómo saber si eres trans? Y un audio de la voz del sujeto que da respuesta a la pregunta.

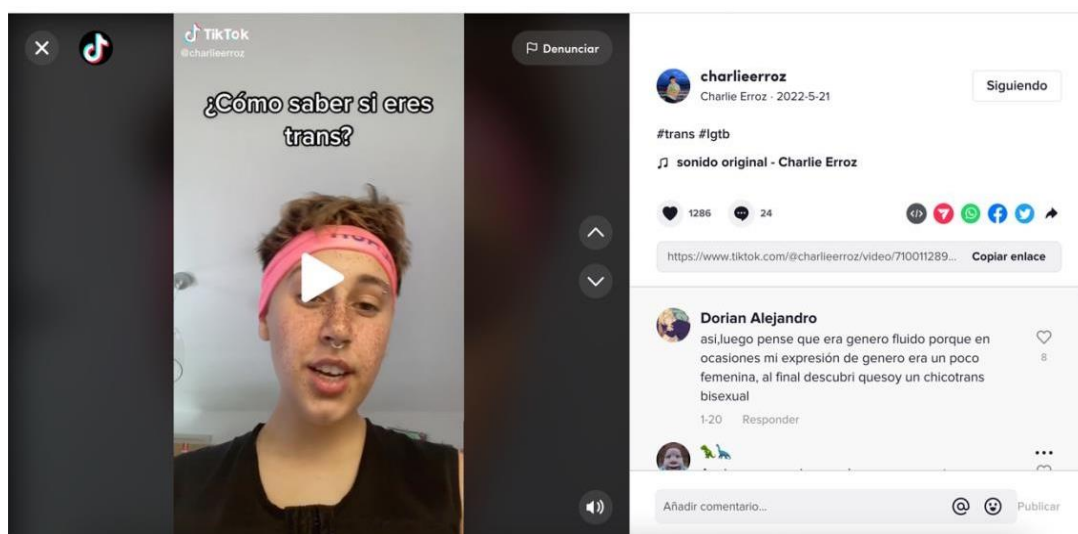
Sujeto @charlieerroz: “Haber lo primero es buscarlo, ya si lo buscas es un poquito una pista. Y también es que hay una pequeña línea entre ser trans, o simplemente tener una expresión de género que es la que no se espera de ti. Yo creo que la clave está en preguntarte si te incomoda o no te incomoda los pronombres con los que te tratan, si te incomoda o no te incomoda la etiqueta de tu género, y si quieres o no cambiarte el nombre, hacerte un cambio físico o no. Y supongo que más allá de la etiqueta trans lo primero que te tienes que plantear son esas preguntas y luego ya dices, vale, me siento más cómoda, más cómoda diciendo que soy trans, y luchando desde el movimiento trans o simplemente soy una persona cis que tiene una expresión de género diferente a lo que se espera; o que, no sé es que hay mil formas de ser. Entonces al final, no sé, al final es dejarse fluir y darse libertad, y no preguntarse tanto:

eres trans eres trans? Sino: ¿Quién soy? ¿Qué quiero hacer? ¿Qué me gusta? ¿Qué no? ¿Cómo me siento cómodo y ¿cómo no?, y ya poco a poco, pues todo irá poniéndose en su sitio. Pero puede que no seas una chica o chico trans, si no que seas una persona cis que tiene una expresión de género diferente o una persona no binaria. Y ya está”.

La producción tiene 1287 me gustas, 24 comentarios y 30,6k reproducciones. Integra los *hashtags*: #trans #lgtb.

Figura 8

Publicación de @charlieerroz



Fuente: @charlieerroz

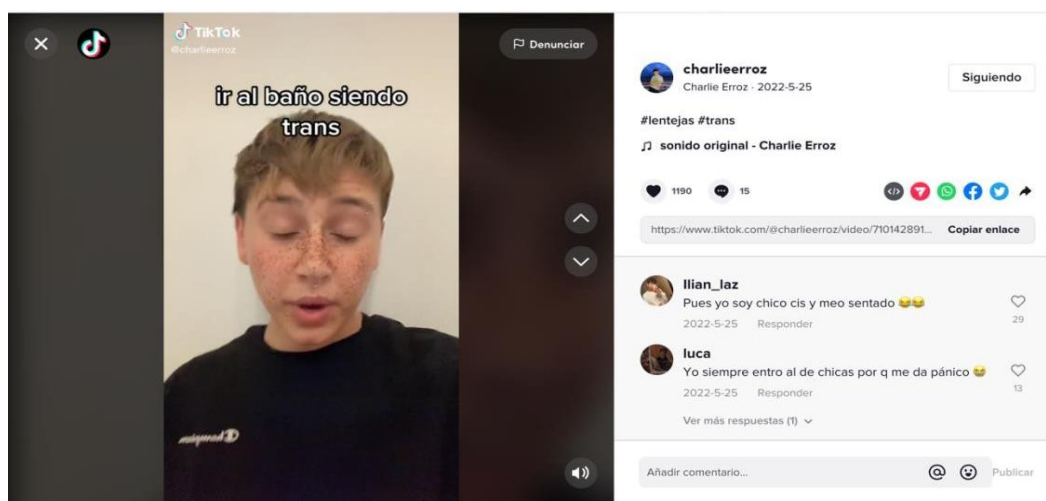
La **Figura 9** muestra una producción del perfil de *TikTok* de @charlieerroz. Se visualiza un texto: Ir al baño siendo trans. Y un audio de la voz del sujeto que da respuesta a la pregunta.

Sujeto @charlieerroz: “hoy os voy a contar lo complicado que es ir al baño siendo trans, siendo no binario y aparte sin estar en hormonas y sin haberme operado, que ya me he operado, pero no he ido a ningún baño público todavía. Lo primero, pasas encorvado, eso es indispensable. Porque si alguien te ve las tetas es que estas en peligro porque es que son hombres, lo que hay ahí son hombres, y si entra una persona con tetas, te va a dar la curiosidad de si es un hombre o una mujer y te pueden decir cosas y es muy desagradable. Lo digo por experiencia. Entonces encorvado. Segundo paso: si llevas vaqueros o lo que sea te los bajas, mucho, mucho, en plan, que no se te note que tienes chichi, ¿vale? Continuamos. Si la puerta no tiene cerrojo tienes que estirar la mano de tal forma de que sea totalmente imposible abrirla porque tú ponte en la situación de que un chico, CIS, coge y te abre la puerta y estás meando sentado, en plan, tienes que poner cara de que estas cagando porque si no,

que miedo. La siguiente cosa cuando están por abajo y por arriba abiertos a mí me da pánico, y en plan, lo hablaba con otros chicos trans y es igual, pánico que haya alguien asomándose. Me da pánico, y que luego a la salida te den una paliza, en plan, que te maten, en plan, pánico. Y luego también, los pies, en plan no puedes colocar los pies muy fuera porque si no claramente van a ver que estas meando sentado. Y no hablar, si te llaman por teléfono no lo coges, y si llaman a la puerta dices: ocupado (con voz grave). Y es como super ridículo, pero es que son espacio que dan mucho miedo, sobre todo de fiesta que la gente es más tonta. Porque yo por ejemplo en mi instituto iba al baño, y super bien en plan, todo el mundo sabía que era trans, y a la gente le daba igual e iba, en plan con los tãmpax en la mano, que me daba igual. Pero en los sitios públicos cuidado, porque da miedo, pánico. Hay que hacer algo ya, para que las personas trans podamos mear tranquilas y cagar tranquilas, y cambiarnos tranquilas. Y es que yo lo he dicho de mil maneras, y claro cómo no soy el presidente de España nadie me hace caso. Pero es que es urgente, es urgente, porque he meado en todos los sitios del país, y me canso, me canso, porque también me gusta pasar al baño y ya está. Vale, y una última cosa, todo esto se podría arreglar yendo al de mujeres, pero es que he tenido malas experiencias yendo al de mujeres porque ha habido gente que me ha leído como chico y se ha incomodado, y en plan me ha dicho: ¿tú qué haces aquí? Estás invadiendo nuestro espacio y tal... entonces prefiero sentirme incómodo yo a incomodar a gente y tener que dar explicaciones y tal... entonces prefiero ir al de chicos por eso. La producción tiene 1190 me gustas, 15 comentarios y 16,1k reproducciones. Integra los *hashtags*: #lentejas #trans.

Figura 9

Publicación de @charlieerroz



Fuente: @charlieerroz

La **Figura 10** muestra una producción del perfil de *TikTok* de @charlieerroz. Se visualiza un texto: “solo existen dos géneros”. Y el audio: yo soy mago, jee, y desaparezco. En la producción el sujeto desaparece de la imagen aplicando el efecto de transición entre clips de vídeo (al final de la producción únicamente se observa una silla vacía). La producción tiene 2100 me gustas, 21 comentarios y 28,7k reproducciones. Integra los *hashtags*: #trans #nobinario.

Figura 10

Publicación de @charlieerroz



Fuente: @charlieerroz

La **Figura 11** muestra una producción del perfil de *TikTok* de @charlieerroz. Se visualiza un texto que se corresponde con un cajón de preguntas. En la descripción de la producción se observa: Responder a @jakelinmennesse #trans. Integra un audio de voz que da respuesta a la pregunta, que corresponden a un comentario de segundo sujeto articulado en una producción anterior. *Comentario*: O sea no sabe quién es un poco de todo que bien mientras se sienta bien al resto no nos debe importar.

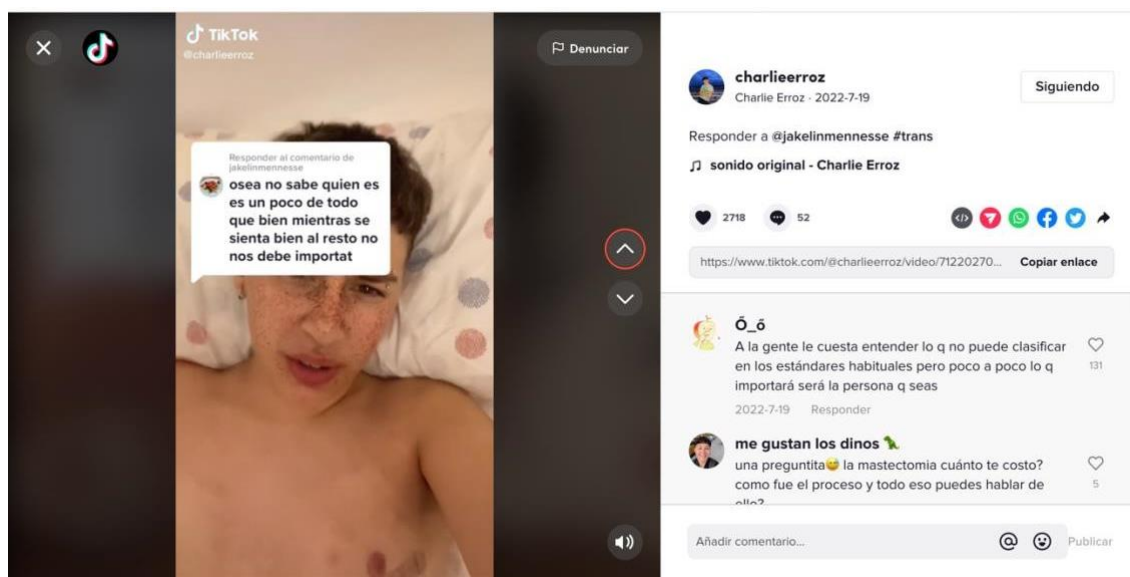
Sujeto @charlieerroz: la verdad es que no es eso, en plan sí que se quién soy, soy Charlie una persona no binaria. Se lo que me gusta y se lo que no, o sea, obviamente va cambiando con el tiempo, pero, en plan, como para todo el mundo, ¿no? Pero si tengo claro quién soy, lo que pasa es que me gustan cosas asociadas (entre comillas) a los que le debería gustar a un chico y cosas asociadas (entre comillas) a lo que debería gustar a una chica, y ya, pero, en

plan, tengo muy claro quién soy. De hecho, tengo más claro que soy que mucha gente cis, pero bueno, no sé, has sido muy majo, o maja o maje, así que un beso, y, nada, buen día.

La producción tiene 2718 me gustas, 52 comentarios y 35k reproducciones. Integra los hashtags: #trans.

Figura 11

Publicación de @charlieerroz



Fuente: @charlieerroz

La **Figura 12** muestra una producción de *TikTok* de @charlieerroz. Se visualiza un texto: La noche en la que descubrí que era trans. Y un audio de la voz del sujeto que da respuesta a la pregunta.

Sujeto @charlieerroz: ¿Qué cómo me di cuenta de que era trans? Haber, he hecho un montón de vídeos hablando de esto, pero nunca he contado la anécdota, que es como un momento muy especial. Obviamente tu desde pequeño pues te notas diferente en algunas cosillas, y pues, luego cuando lo analizas dices tu: Uy igual esto era porque no me sentía identificado con... pero bueno yo no me di cuenta hasta que ya era adolescente. Y, entonces, me acuerdo de un momento, creo que tenía como dieciséis años, o por ahí..., porque ahora tengo 19, o sea no hace tanto. Igual tenía quince no sé. Y era de noche y yo acababa de ver un vídeo de un chico trans que se acababa de hacer una mastectomía, y yo veía esos vídeos y se me removían cosas. Haber yo soy una persona no binaria no soy un chico. Pero eso, no acababa de saber quién era, estaba muy confundido y pues esa noche me acuerdo de que salí de mi habitación y fui a la habitación de la lavadora, cogí una venda que había en una caja, era roja,

y me fui al baño. Cerré con cerrojo, con muchísimo miedo de que no se despertase nadie, y me empecé a vendar el pecho y entonces me lo vendé con muchísima fuerza, mucho, mucho, mucho. Y llevaba una camiseta azul, me acuerdo, de baloncesto. Y me miré al espejo y por primera vez me vi como de otra manera, y me empecé a llamar, en plan, Pablo, Marc, Xavi y muchísimos nombres y me acuerdo de mirarme y decirme: Guau, en plan, me estoy viendo por primera vez. Y fue increíble. Y, no sé, en plan, me apetece compartirlo. Lo he pensado y he dicho: bua, voy a contarlo. No sé creo que fue un momento en el que hice clic y dije: Es esto, es esto, deja de huir de ti, deja de darle vueltas, eres esto. Y fue, bua, como super bonito. Y lloré y todo. Pero que guay, jiji, anecdotilla compartida. La producción tiene 1273 me gustas, 23 comentarios y 13k reproducciones. Integra los hashtags: #trans #fyp.

Figura 12

Publicación de @charlieerroz



Fuente: @charlieerroz

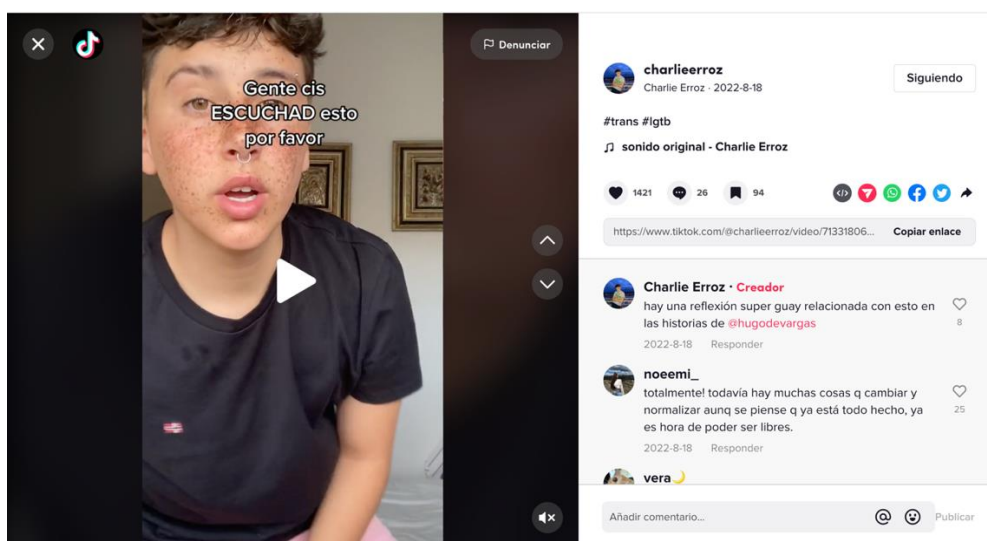
La **Figura 13** muestra una producción del perfil de *TikTok* de @charlieerroz. Se visualiza un texto: Gente cis ESCUCHAD esto por favor. Y un audio de la voz del sujeto que da respuesta a la pregunta.

Sujeto @charlieerroz: voy a hacer un vídeo de cómo sobrevivir al verano siendo trans. Pero lo tiene que escuchar la peña cis, ¿por qué? Porque llevo toda mi vida tragándome varios vídeos de chicos trans explicando cómo sobrevivir al verano siendo trans y las respuestas eran: ponte una camiseta, tapate más, escóndete más, ve menos a la playa, ve menos a la piscina, ve a piscinas privadas, ve a tal playa que... no haber, eso está mal, en plan, es imposible sobrevivir al verano siendo trans así, o sea o cambia la sociedad o nuestros veranos

van a seguir siendo una mierda, porque yo puedo tener super asumido que tengo caderas y que me guste, pero si voy a la playa y la gente se me queda mirando en plan: que chico más raro, que no tiene ni barba, ni un cuerpo normativo “entre comillas” de hombre, pues yo me voy a sentir mal porque voy a tener mil ojos encima y me voy a sentir super vulnerable, y lo mismo pasará con los chicos que tengan tetas, chicos y personas no binarias obviamente que tengan tetas y que quieran que le traten en masculino. Y le van a estar la gente mirando las tetas y tratándoles en femenino, o simplemente mirándoles a las tetas, en plan y resulta que somos nosotres las que tenemos que coger y aceptar nuestro cuerpo y que nos de igual, no es que... Haber, perdona, si te están mirando, si te están diciendo comentarios y haciendo cosas, por muy fuerte que tengas la autoestima lo vas a pasar mal, o sea a no ser que midas dos metros, tengas unos brazos así para pegarle una paliza a quién creas que te la puede ir a pegar, te vas a sentir vulnerable, evidentemente. Entonces este mensaje va para la gente cis, edúcate y educa a tu ambiente, y dejarnos vivir unos veranos normales, sin que las mujeres trans tengan que poner bañadores que les aprietan la ***** , y sin que los chicos trans tengamos que vernos obligados a llevar Packer o a esconder nuestros cuerpos, y ya está. O sea, es que el cambio está en vosotros y vosotras y no en nosotres. En plan, te quiero decir, yo me puedo aceptar, pero si vosotros sois unos mierdas voy a seguir teniendo miedo evidentemente, entonces esa es la manera de sobrevivir al verano. Utópica pero la manera, por favor. La producción tiene 28,3k me gustas, 220 comentarios y 161,4k reproducciones. Integra los *hashtags*: #política #fyp.

Figura 13

Publicación de @charlieerroz

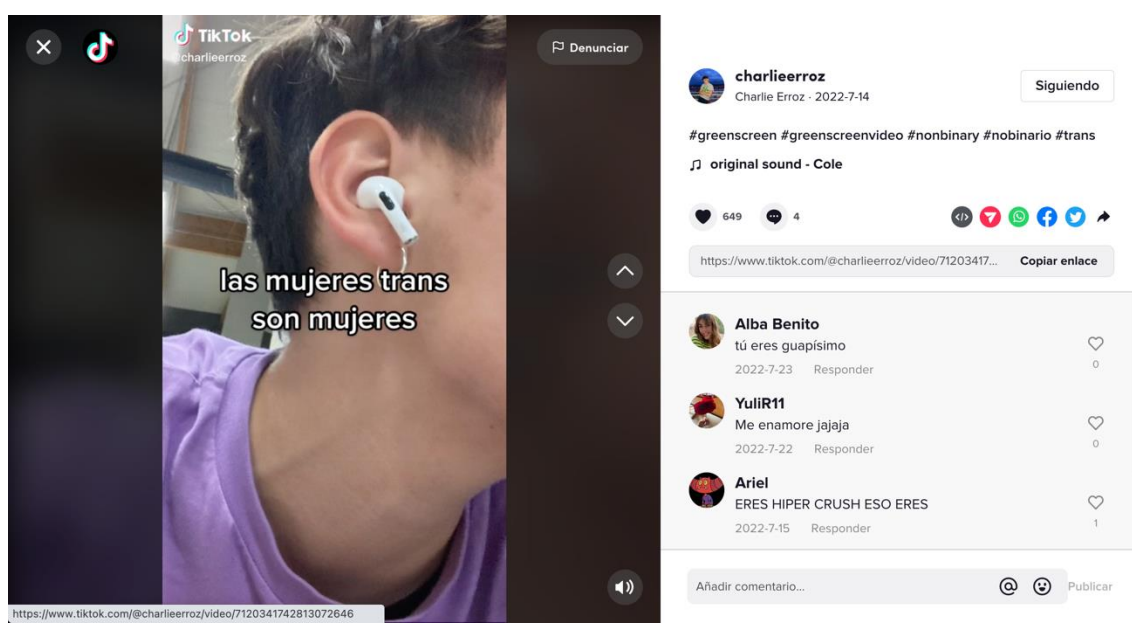


Fuente: @charlieerroz

La **Figura 14** muestra una producción de *TikTok* de @Charlieerroz. Se visualiza un texto: Las mujeres trans son mujeres, los hombres trans son hombres ¿pero y yo que? Ahhhh vale. Y un audio de una voz en *off* masculina en lengua inglesa: Trans woman are woman and trans men are men, but: what are non-binary people? [las mujeres trans son mujeres, los hombres trans son hombres, pero ¿qué son las personas no binarias? La producción tiene 649 me gustas, 4 comentarios y 13.4k reproducciones. Integra los *hashtags*: #greenscreen #greenscreenvideo #nonbinary #nobinario #trans.

Figura 14

Publicación de @charlieerroz

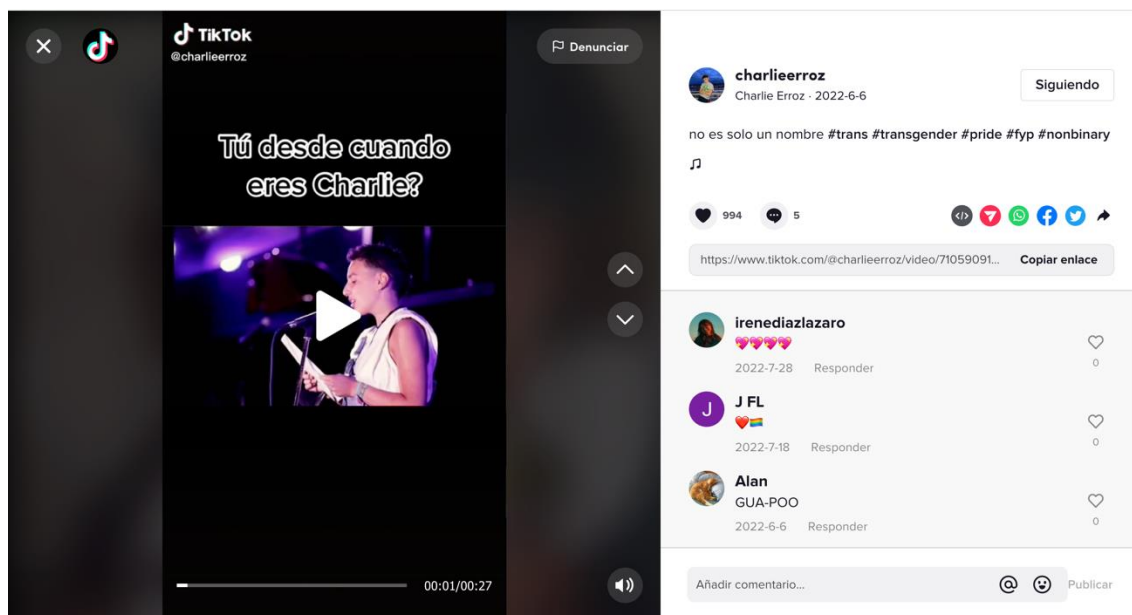


Fuente: @charlieerroz

La **Figura 15** muestra una producción de *TikTok* de @Charlieerroz. El vídeo corto se articula en varias imágenes del sujeto. En cada imagen es integrado un texto diferente: ¿Tú desde cuando eres Charlie? (Imagen 1); Di tu nombre de verdad: ¿Qué pone tu DNI? (Imagen 2); ¿Y si te arrepientes? ¿Estás seguro de que eres Charlie? (Imagen 3); Convénceme o te meto una h0sti4 (Imagen 4); No es solo un nombre, es mi identidad, es la prueba de que existo. En la descripción de la producción se visualiza el texto: no es solo un nombre. La producción tiene 994 me gustas, 5 comentarios y 15k reproducciones. Integra los *hashtags*: #trans #transgender#pride#fyp#nonbinary.

Figura 15

Publicación de @charlieerroz



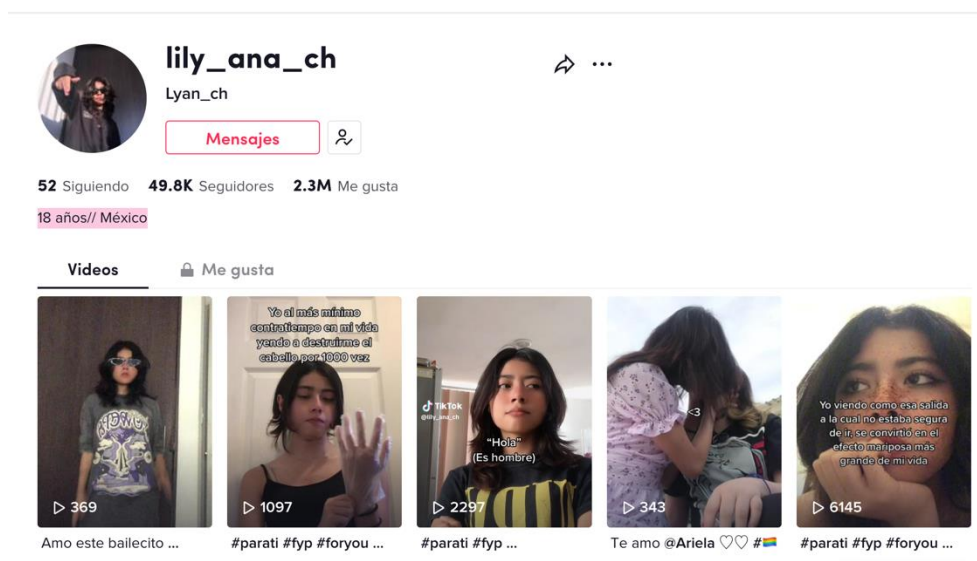
Fuente: @charlieerroz

4.3. Estudio de caso: Perfil de @lily_ana_ch

La **Figura 16** muestra el muro del perfil de *TikTok* de @lily_ana_ch. Es una joven de 18 años de edad de nacionalidad mexicana, como especifica la descripción de su perfil: 18 años // México. Del análisis inicial de la cuenta se obtiene una serie de datos descriptivos. La joven posee un total de 49.9814 seguidores, 51 seguidos y 2.335,894 me gustas al inicio de la observación. Únicamente son visualizadas producciones en las funcionalidades de la plataforma correspondientes al *feed* y *me gusta*. En el momento del análisis descriptivo, realizado en el mes de marzo de 2023, se observan un total de 33 producciones en forma de videos cortos. No explicita su identidad de género pero se observan diversas publicaciones con la bandera del orgullo LGTB. El perfil es público.

Figura 16

Captura del muro del perfil de TikTok de @lily_ana_ch




Fuente: @lily_ana_ch en TikTok

4.3.1. Análisis de las prácticas de género visibilizadas en el perfil de @lily_ana_ch


El estudio de caso del perfil de @lily_ana_ch ha revelado que Liliana es una joven de 18 años de edad, que explicita en la descripción de su perfil que procede de México (datos extraídos del perfil del sujeto como muestra la **Figura 16**). Como puede verse en la cuenta, un alto porcentaje de publicaciones integran argumentos, discursos e interacciones con la audiencia, desde una posición del sujeto basada en la reivindicación de la diversidad de género, la libertad de expresión, y el contenido basado en el humor, la sexualidad, la oposición hacia ideologías religiosas, y, de un modo menos numeroso, referido a dos de sus hobbies: el anime y manga. El humor se establece como elemento vehicular en la mayor parte del contenido producido, en forma de texto, base musical, imágenes y vídeos cortos, que demuestran el un conocimiento de la plataforma y de las estrategias de difusión asociadas al uso de los elementos que conforman su arquitectura y posibilitan el crecimiento de la cuenta y su *viralidad*⁹.

Del análisis de las producciones, se conoce que un alto porcentaje de las producciones de @lily_ana_ch giran en torno a las temáticas referidas a: amor y desamor, anime, estudios, diversidad de identidades de género y la sexualidad; como elemento visibilizado a través de la estética y el cuidado de las producciones. De forma complementaria, se observa el empleo

⁹ *Viralidad*: cualidad de un contenido de ser viral, puede ser espontánea o provocada.

de diversos *hashtags* que son integrados en las producciones: ##bisex #lgtb#humor#generofluido#fakebody#abortenme#porquenaci #anime, #minecraft. Se visualizan multitud de publicaciones en las que el sujeto se refiere al sexo (como muestra la **Figura 20**: ¿Yo no le tengo miedo a la muerte, pero saben a qué sí? Tener sex0; y la **Figura 26**: yo bien paniqueada Pk no me baja, sabiendo que lo único que me cogen son desgracias). Como puede verse, la palabra “sexo” es modificada, al igual que otras como: m4tarm3, dr0gad1cta y p1ruja (matarme, drogadicta y pirusa), debido a las restricciones de contenido impuesta por el algoritmo de la plataforma, respecto al lenguaje utilizado. Al intercambiar las letras por números pueden ser integradas como texto en las producciones (véase **Figura 20** y **Figura 21**).

En algunas de las publicaciones muestra sentimientos y expresiones de frustración alrededor del sexo, asociada a la explicitación de su identidad de género como manifestación (ver **Figura 22**: ¿Saben que es triste y humillante?: Ser bisexual/pansexual y que a nadie le gustes; ver **Figura 21**: *Mis padres metiéndome a una escuela católica*: Yo saliendo Atea, dr0gad1cta homosexual y p1ruj4. Ante estas producciones se posiciona desde el humor y entretenimiento como forma de actuar en oposición a unas cánones e ideales “formas de ser y mostrarse” que se consideran “normativas”. Como prácticas de género que operan desde la resistencia ante un sistema hegemónico y estructural en un marco binario y dicotomizado.

Las producciones del sujeto integran de modo recursivo de *hashtags* y etiquetas referidas: ##generofluido #fakebody #abortenme #porquenaci #pansensual #bisexual que complementan el análisis y son empleadas como elementos dentro de las estrategias de producción. Debido a su naturaleza de palabras clave que facilitan las prácticas de compartir y difundir contenido, en este caso, asociadas al género como constructo social. En la etapa de recogida de información no han sido visualizadas modificaciones en la información relativa a la descripción de su perfil. Si bien, se han generado cuatro nuevas producciones durante el período de observación.

Del análisis de su perfil, no se conoce su entorno social, únicamente se visualizan dos producciones acompañadas por dos amigos, mujer y hombre respectivamente (**Figura 24**; y ver **anexos, Anexo 17**). En ciertas publicaciones menciona a su familia. En concreto, en aquellas que muestra su oposición hacia la ideología religiosa del catolicismo y en las que produce contenido asociado a los *hashtags*: #abortenme y #porquenaci (ver **Figura 21**: Mis padres metiéndome en una escuela católica; ver **anexos, Anexo 18**: Yo regresando a mi casa después de casi intentar m4tarm3 por culpa de mis padres).

Por lo que puede verse, una recursividad de producción de contenido asociado al género, en forma de publicaciones que tienen como elemento central un discurso desde una posición reivindicativa y de poder del sujeto, marcado por el género, la sexualidad y las emociones y expresividades desde la ironía y el humor como elemento central de las producciones.

Es importante, remarcar que del análisis de las producciones puede verse que aquellas producciones relacionadas con prácticas de género, sexualidad y expresiones y sentimientos asociadas a la muerte y el suicidio (en las que se incluyen *hashtags* como: #abortenme #porquenaci #bisexual #génerofluido) son las más compartidas, recibiendo un alto número de reacciones en forma me gustas y comentarios.

En consonancia, cabe destacar que @lily_ana_ch integra en la mayoría de sus producciones los *hashtags*: #viral #parati #fyp #foryou #foryoupage #random. Estos, constituyen elementos centrales en las estrategias de interacción, como parte de la estética de las producciones, al permitir un crecimiento mayor del perfil mediante un efecto viral (difusión exponencial de las producciones).

Otro de los elementos característicos de las producciones es la sexualidad, a las que el sujeto se aproxima mediante técnicas de cuidado y los elementos que conforman la estética de las producciones (poses, encuadres, maquillaje, vestimenta) y se visibilizan en las publicaciones. De este modo, se visualizan expresiones de expresiones de masculinidades y feminidades, asociadas a un marco binario y dicotomizado; y a su vez, prácticas de género en las que operan resistencia por medio de la exposición de un yo, que presenta su identidad de género, establecido en los márgenes de los dispositivos normativos que operan y gobiernan las identidades de género; en un sistema hegemónico-estructural.

En este contexto, en el perfil de @lily_ana_ch pueden verse procesos formativos de prácticas de género y de interacción con la audiencia, de temáticas y contenidos que versan en torno a las identidades de género, el sexo y la sexualidad. A su vez, confluyen con prácticas que conllevan implícitas expresiones de feminidades normativas, asociadas a unos cánones e ideales de belleza, en las que gobiernan estructuras de poder y saber de cómo “mostrarse y ser”.

De este modo, el sujeto participa en la plataforma como activa prosumidora de contenido, en el que se evidencia una clara intencionalidad de dar visibilidad a la diversidad de identidades de género, el deseo, la corporalidad; con una preocupación, que se torna implícita, de la imagen que es mostrada a los demás. Enfatizándose un deseo por llegar a un alto número de audiencia, por medio de estrategias de interacción en la que los *hashtags* operan como elemento vehicular.

Además, los discursos en forma de texto y las bases musicales se convierten también en parte constituyente de la estética de la producción; asociadas de forma predominante al humor y el entretenimiento, con una intencionalidad atrayente, a la vez que formativa y divulgativa, a través de las prácticas de género implícitas en las producciones. Como herramientas para la concienciación sobre estos aspectos.

4.3.2. Red semántica de subcódigos del análisis del perfil de @lily_ana_ch

La **Figura 2** (ver **anexo 2**) muestra la red que establece la relación de categorías y subcódigos emergentes del análisis del diario de investigación y las producciones de @lily_ana_ch. Puede verse una categoría central *Manifestaciones de género* de la que nacen conexiones en forma de relación con los subcódigos: Identidades de género, Prácticas de género y de interacción con la audiencia. Además de la categoría Puntos de fuga que sugiere relación con los subcódigos Alternativa a los cánones y Sexualidad (temática). Como subcódigos que establecen una relación con el subcódigo Formas de expresión de masculinidades y feminidades. En este trabajo nos centraremos en estas relaciones en interacción a las producciones del sujeto y los discursos asociados a sus publicaciones.

Como apuntan los resultados, la identidad de género del sujeto @lily_ana_ch y las prácticas de género asociadas al contenido producido, pivotan alrededor de temáticas en las que el género, como constructo social y atravesado por relaciones de poder hegemónicas y estructurales, permanece implícito las producciones.

En este contexto, la plataforma *TikTok*, y, en concreto la cuenta del sujeto, se convierte en una herramienta de difusión e interacción continuada con una audiencia, a través de producciones que integran conversaciones dialógicas de naturaleza formativa, que integran discursos en forma de texto, imágenes, vídeos y bases musicales, como parte de la estética de las producciones. Construyendo una comunidad de sujetos que comparten intereses, experiencias dudas y problemáticas. En estas comunidades los procesos de comunicación bidireccionales se realizan por medio de discursos en forma de texto (comentarios) y reacciones (me gustas y visualizaciones y/o reproducciones). En el caso de @lily_ana_ch estos elementos son fundamentales como estrategias de interacción. Del análisis de las producciones se observan publicaciones con un alto número de me gustas y reproducciones:

1.1M de me gustas (D2:7)

880.1k reproducciones me gustas (D2:4)

5.5M reproducciones (D2:203)

En este caso, se corresponden, de forma central, a aquellas publicaciones asociadas a los subcódigos Identidad de género y Sexualidad (temática). En una recursividad de la ironía, el poder y el humor como lugar desde el cual el sujeto se posiciona en el momento de producirse y mostrarse mediante prácticas de género.

Los resultados del análisis del diario de investigación y producciones del perfil de @lily_ana_ch apuntan a una confluencia de prácticas de género, entre resistencias a partir de la producción de contenidos en los que el sujeto se posiciona alternativa a las formas de poder hegemónicas, socialmente construidas, que atraviesan las concepciones y expresiones sobre lo masculino y femenino; de forma conjunta a prácticas que reproducen cánones e ideales de belleza femeninos de lo considerado dentro de la “norma”. El maquillaje, las poses, el encuadre y la estética de las producciones en las que permanecen implícitas técnicas de cuidado, forman parte del contenido producido, como elementos que forman parte de las estrategias de interacción; en las que la arquitectura de la plataforma posee un rol activo.

Se observan varias producciones en las que se modifica la estructura de palabras que forman parte del texto integrado en las producciones. La palabra sexo es presentada en una de las publicaciones como “s3x0”, lo que muestra el conocimiento de la plataforma, de la normativa de funcionamiento y las funcionalidades del algoritmo por parte del sujeto. En este contexto, se destaca la reivindicación de la multiplicidad de identidades de género y la sexualidad como ejes centrales de las prácticas de producción e interacción, mencionadas tanto en las producciones en forma de texto:

Yo poniéndome uñas para verme más femenina y con facha. (D2:193)*

Yo saliendo atea, dr0gad1cta, homosexual y bn p1ruj4 (D2:142)

¿Sabes que si es triste y humillante? ser bisexual/pansexual y que a nadie le gustes (D2:154)

Como implícitas en las estrategias de interacción por medio del uso de *hashtags*:

#fakebody #generofluido #foryou #random #foryoupage (D2:155)

Las prácticas de género visualizadas en el perfil de @lily_ana_ch permanecen asociadas a procesos de interacción con un público concreto y conllevan procesos formativos implícitos, en los que el género, como parte del contenido producido, forma parte de lo que es mostrado

y difundido, con la intencionalidad de llegar al mayor número de audiencia. Como muestra el análisis de *hashtags* realizado.

De este modo la plataforma de *TikTok* se constituye como espacio formativo y de interacción recíproca donde los más jóvenes pueden transitar en la búsqueda de comunidades de usuarios con los que establecer conexiones, resolver dudas, mostrar sus problemáticas y desarrollar sentimientos de identidad, por medio de interacciones horizontales atravesadas por procesos formativos entre iguales, a través de prácticas. En el caso analizado, las prácticas de género se convierten en las protagonistas. Como herramientas para la concienciación sobre estos aspectos.

4.3.3. Análisis de las interacciones de @lily_ana_ch con la audiencia

Como puede verse en la **Figura 17** se muestran las relaciones e interacciones dialógicas de @lily_ana_ch con la audiencia, en forma de comentarios. Los comentarios examinados muestran la importancia de las plataformas como territorios de expresión y ruptura con los estereotipos interseccionales (sexo, género, ideologías, etc.) donde la juventud entabla conexiones intrapersonales con otros sujetos, con los que compartir vivencias, experiencias y sentimientos. Se convierten en nuevos espacios y territorios dominados por los y las jóvenes, quienes se apropian de un rol formativo y divulgativo, que atraviesa los muros permeables de los constructos y relaciones de poder, a través de prácticas, en este caso de género.

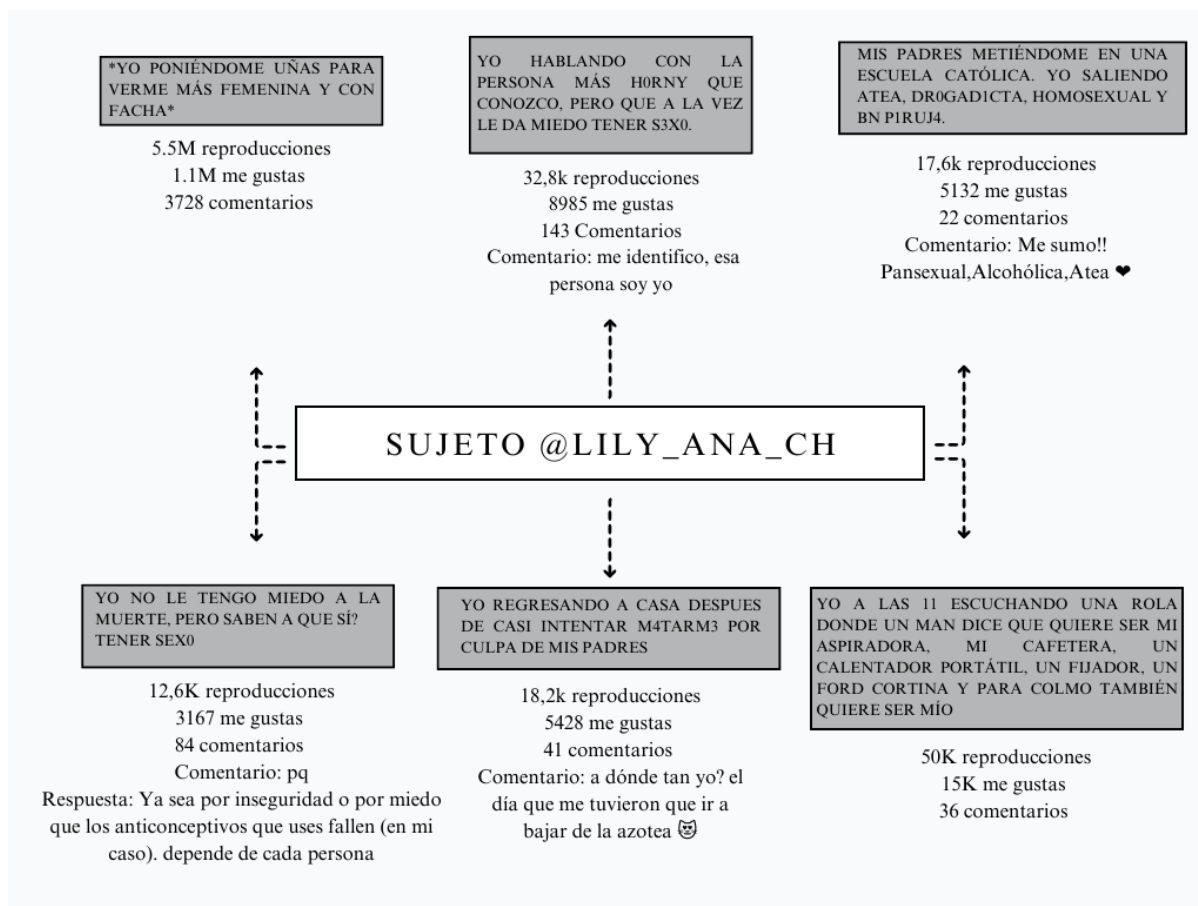
En el análisis de las reacciones en las producciones de @lily_ana_ch, se ha visualizado un alto número de reproducciones y me gustas, en aquellas publicaciones que versan sobre relaciones de poder y saber en torno a las identidades de género, sexualidad y sexo e ideologías: “yo poniéndome uñas para verme más femenina y con facha” con 5.5M de reproducciones y 1.1M de me gustas y “mis padres metiéndome en una escuela católica: yo saliendo atea, dr0gadicta, homosexual y bnpiruj4”. Lo que manifiesta la influencia de los prosumidores de contenido en plataformas como *TikTok* en el proceso de construcción de las identidades de los y las jóvenes: “me identifico, esa persona soy yo”.

En el caso analizado, los temas sobre los que versan las publicaciones giran alrededor de las identidades de género, la sexualidad, las ideologías y el sexo. Entablándose relaciones dialógicas: “me sumo: pansexual, alcohólica y atea” en donde los y las jóvenes se encuentran espacios de interacción caracterizados por la horizontalidad de las comunicaciones, asumiéndose una homogeneidad de características similares en la audiencia, que comparten modos de ser, estar, pensar y mostrarse a los demás. Lo que favorece que estos espacios se presenten como escaparates idóneos para estimular la producción de nuevas prácticas de género, que confronten las resistencias que emanan de los discursos y estructuras

hegemónicas dentro de un marco binario y dicotómico que prevalece y se reproduce en sociedad, en la actualidad híbrida.

Figura 17

Comentarios en las producciones del perfil de @lily_ana_ch



Nota: elaboración propia

4.3.4. Análisis de los *hashtags* más utilizados por @lily_ana_ch

La **Figura 18** muestra los *hashtags* más utilizados por @lily_ana_ch en sus producciones. De su análisis se observa que constituyen un elemento central de las estrategia de interacción y difusión de los contenidos. A su vez forman parte de la estética de las producciones con intencionalidad de identificar el tipo de contenido producido y llegar al máximo número de audiencia. Los principales *hashtags* utilizados por el sujeto: 1. Manifestaciones de género: #generofluido, #pansexual, #bisexual, #bisex # 🏳️‍🌈; 2. Estrategias de interacción: #fyp #foryou #parati #foryoupage #random; 3. Contenido (música, videojuegos y anime): #anime #minecraft; 4. Emociones y expresiones: #relaciontóxica; 5. Puntos de fuga y alternativa a los cánones: #anime, #minecraft #taylorswitft, #lanadelrey, #chayanne, #hanakokun; 6. Referentes (amigos, familia, *influencers*, etc.): #friendshipgoals #lamagiadelaamistad

hashtag #foryou que se corresponde con las siglas de “For you [Para ti]”. A través de este *hashtag* el algoritmo de *TikTok* selecciona aquel contenido que cree que le podría gustar, según sus intereses e interacciones pasadas, a cada usuario. Ambos permiten el crecimiento de un perfil mediante un efecto viral (en una mayor difusión de las producciones). Se denominan también “Trending Hashtags” ¹⁰ [Etiqueta de tendencia].

En una manifestación continuada de adquisición de un poder de influencia, construyendo una comunidad de audiencia, quienes son parte del intercambio de prácticas de género que conllevan implícitos procesos formativos sobre temáticas asociadas a este constructo. Modificando relaciones de poder y saber y estableciéndose puntos de ruptura, en una confluencia de prácticas de resistencia (asociadas a las múltiples identidades de género) y prácticas normativas, que reproducen estereotipos de género asociados a expresiones “normativas” de lo considerado como femenino y masculino.

4.3.5. Análisis de las 10 producciones seleccionadas del perfil de @lily_ana_ch

En este apartado se presentan las producciones más relevantes del estudio de caso, con relación al objeto de la investigación: Analizar las prácticas de género visibilizadas por jóvenes *Tiktokers* y el proceso formativo subyacente a su producción y difusión ante una audiencia. Se exponen fragmentos de los discursos integrados en las publicaciones y el análisis de su contenido, en base a las cuatro dimensiones establecidas en el apartado metodológico. Con el objetivo de aportar homogeneidad y consistencia al método. Estas dimensiones ponen el foco en aspectos observables de las producciones: 1. Conocimiento de la plataforma; 2. Significado y sentido de las prácticas de género; 3. Condiciones de producción de las prácticas de género; 4. Jóvenes y prácticas de género visibles.

Las producciones seleccionadas del perfil de @lily_ana_ch visibilizan contenidos asociados a la expresión de las identidades de género, sexualidad y sexo e ideologías. Desde una posición de poder, como apropiación de un rol formativo y divulgativo posibilitado por la plataforma. En el análisis del recorrido en la plataforma, como flujo de vida del perfil del sujeto, son observadas numerosas producciones que reciben un alto número de reacciones e interacciones en forma de comentarios, me gustas y reproducciones. Un resultado derivado de estrategias de interacción y un juego implícito por medio de la estética de las producciones y las técnicas de cuidado. La utilización de “*Trending hashtags*” es una tendencia observada en todas las publicaciones del sujeto (#radom #fyp #foryou #parati).

¹⁰ *Trending hashtags*: *hashtags* de tendencia.

Sobre los contenidos de las producciones de @lily_ana_ch se constata una recursividad de producciones donde el sujeto expresa estados emocionales asociados a la identidad de género (véase **Figura 21**; **Figura 22**); la sexualidad (véase **Figura 20** y **Figura 23**), el amor (véase **Figura 25**) y las relaciones personales con su familia (véase **Figura 21**).

El contenido publicado refleja actitudes de rebeldía, reivindicación y poder; en una apropiación del perfil como espacio de construcción y definición, por medio de la explicitación de la identidad de género, posicionamiento ideológico y expresiones-sentimientos a través del contenido producido. Es interesante visualizar que son las producciones en las que es explicitado el género, la sexualidad y expresiones y sentimientos, las que alcanzan cifras de reproducción y reacciones notablemente superiores a otros contenidos (véase **Figura 19** y **Figura 21**).

Estos procesos de interacción, en forma de reacciones que reciben las producciones conllevan procesos de creación y difusión asociados a estrategias de interacción y a una estética de la producción con visibles técnicas de cuidado (en donde se hacen visibles cánones e ideales de belleza que reproducen estereotipos de género: mediante el uso de filtros, maquillaje, sexualidad).

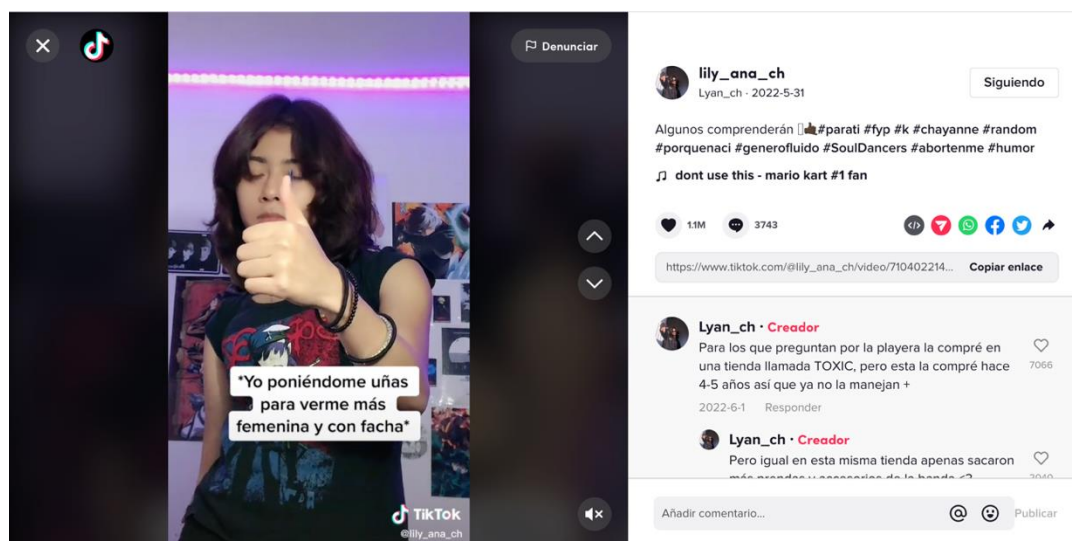
Estas prácticas normativas confluyen entre prácticas de resistencia implícitas en las producciones (véase **Figura 21**) donde son denunciados, desde una posición del sujeto basada en la ironía y el humor, estereotipos de género asociados a una feminidad hegemónica dentro de un discurso y marco dicotomizado y binario (véase **Figura 22**).

Por medio de estas prácticas de género se ponen en juego aspectos derivados del proceso de construcción de las identidades de género, que conllevan implícitos procesos formativos que impactan en la audiencia, y a su vez, permiten a su productores adquirir un determinado reconocimiento y capital social.

La **Figura 19** muestra una producción del perfil de *TikTok* de @lily_ana_ch. Se visualiza un texto: *Yo poniéndome uñas para verme más femenina y con facha*. En la descripción de la producción se observa el texto: algunos comprenderán. Además de la música: don't use this, del videojuego de Mario Kart. La producción tiene 1.1 millones de me gustas, 3743 comentarios y 5.5 millones de reproducciones. Integra los *hashtags*: #parati #fyp #k #chayanne #random #porquenaci #generofluido #SoulDancers #abortenme #humor.

Figura 19

Publicación de @lily_ana_ch

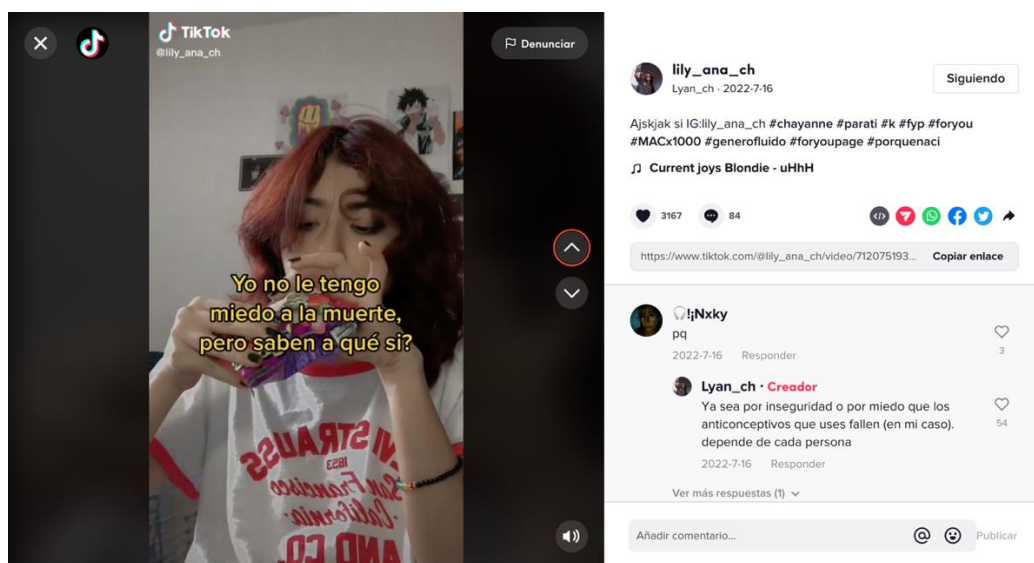


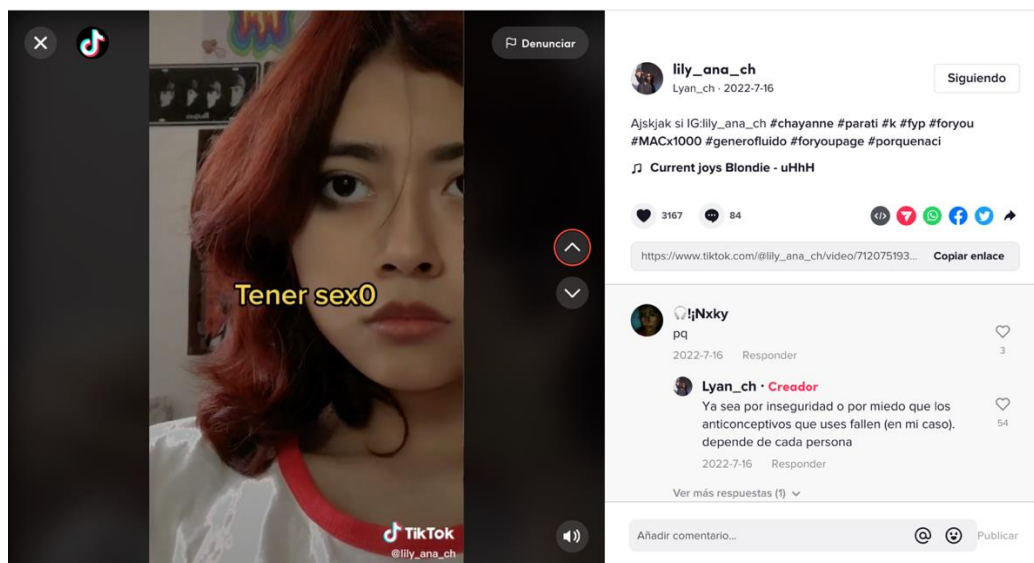
Fuente: @lily_ana_ch

La **Figura 20** muestra una producción del perfil de *TikTok* de @lily_ana_ch en dos momentos. Se visualiza un texto: ¿Yo no le tengo miedo a la muerte, pero saben a qué sí? (Imagen 1); Tener sex0 (imagen 2). En la descripción: Ajskjak si IG: @lily_ana_ch. Y la melodía sin letra: Current joys Blondie- UHHH. La producción tiene 3167 me gustas, 84 comentarios y 12,6k reproducciones. Integra los *hashtags*: #chayanne #parati #k #fyp #foryou #MACx1000 #generofluido #foryoupage #porquenaci.

Figura 20

Publicación de @lily_ana_ch





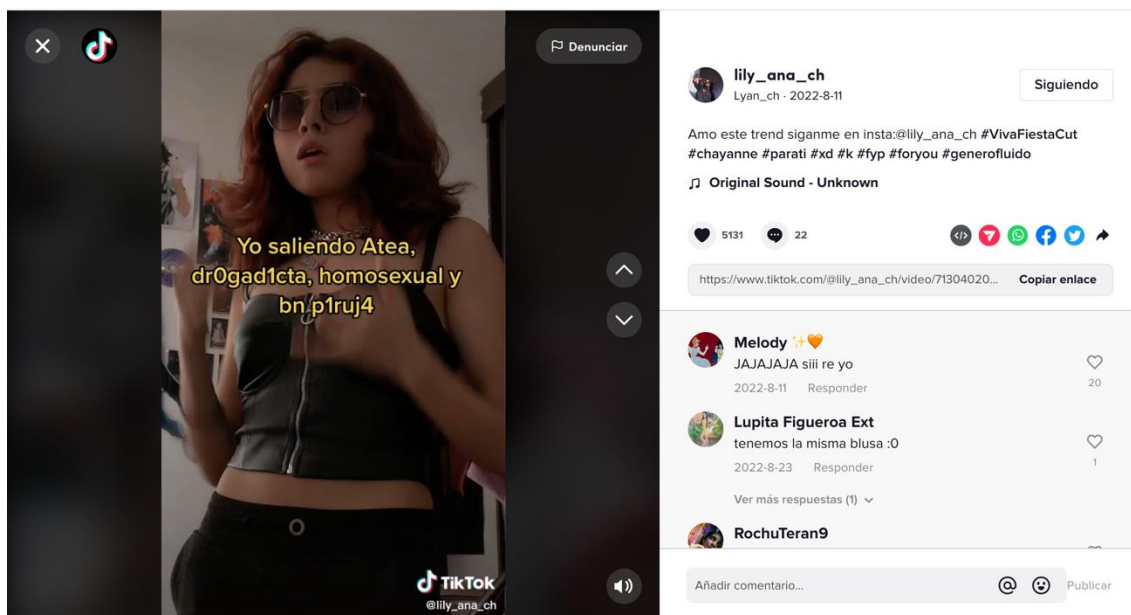
Fuente: @lily_ana_ch

La **Figura 21** muestra una producción del perfil de *TikTok* de @lily_ana_ch en dos momentos. Se visualiza un texto: Mis padres metiéndome a una escuela católica (imagen 1); Yo saliendo Atea, dr0gad1cta, homosexual y bn p1ruj4 (imagen 2). En la descripción: Amo este tren síganme en insta: @lily_ana_ch. La producción tiene 5231 me gustas, 22 comentarios y 17.6k reproducciones. Integra los *hashtags*: #VivaFiestaCut #chayanne #parati #xd #k #fyp #foryou #generofluido.

Figura 21

Publicación de @lily_ana_ch





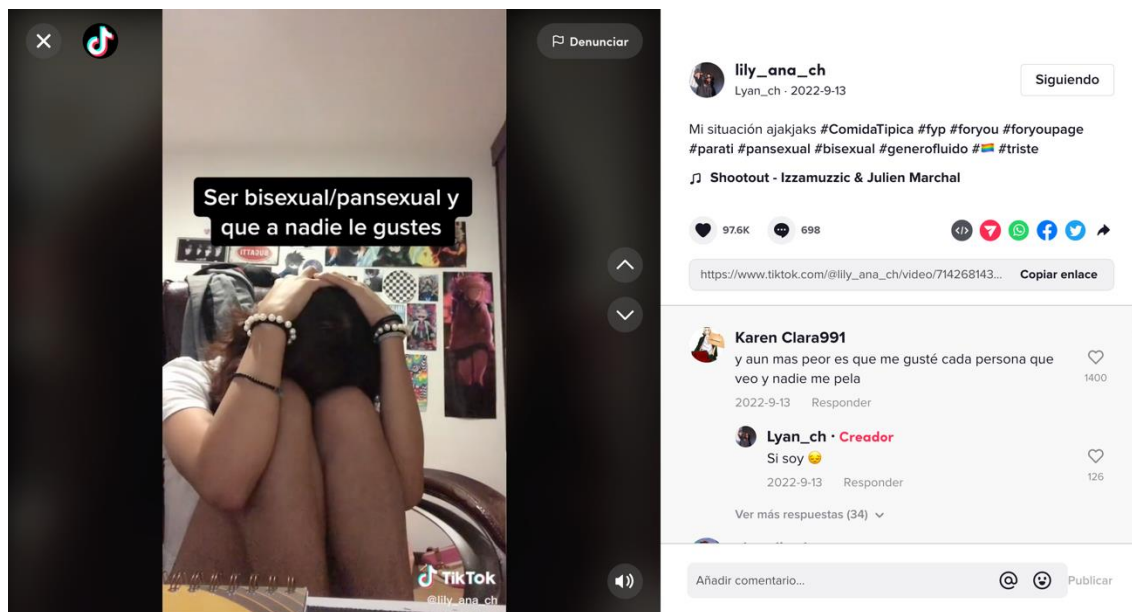
Fuente: @lily_ana_ch

La **Figura 22** muestra una producción del perfil de *TikTok* de @lily_ana_ch en dos momentos. Se visualiza un texto: ¿Saben que si es triste y humillante? (imagen 1); Ser bisexual/pansexual y que a nadie le gustes (imagen 2). En la descripción el texto: mi situación ajakjaks. La producción tiene 97.6 me gustas, 698 comentarios y 336k reproducciones. Integra los *hashtags*: #ComidaTipica #fyp #foryou #foryoupage #parati #pansensual #bisexual #generofluido # 🏳️‍🌈 #triste.

Figura 22

Publicación de @lily_ana_ch



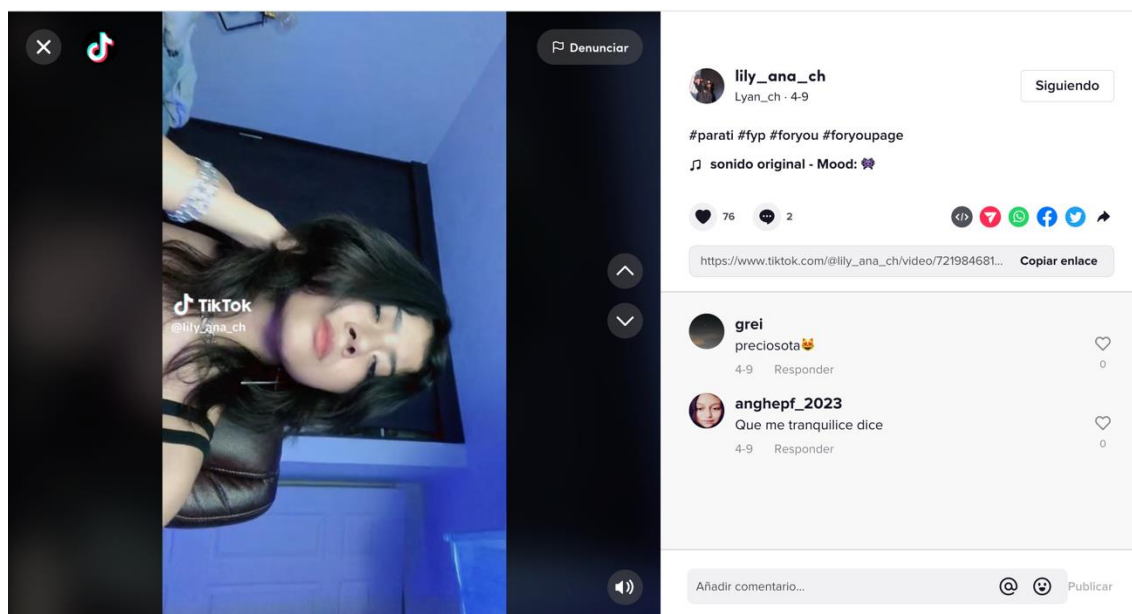


Fuente: @lily_ana_ch

La **Figura 23** muestra una producción del perfil de *TikTok* de @lily_ana_ch. Se trata de una producción en forma de vídeo corto, bailando en actitud sexualizada ante la cámara. Integra una canción: nena, ven tranquilízame, yo nena quiero hacértelo... como dos locos sin parar... La producción tiene 76 me gustas, 2 comentarios y 321 reproducciones. Integra los *hashtags*: #parati #fyp #foryou #foryoupage.

Figura 23

Publicación de @lily_ana_ch

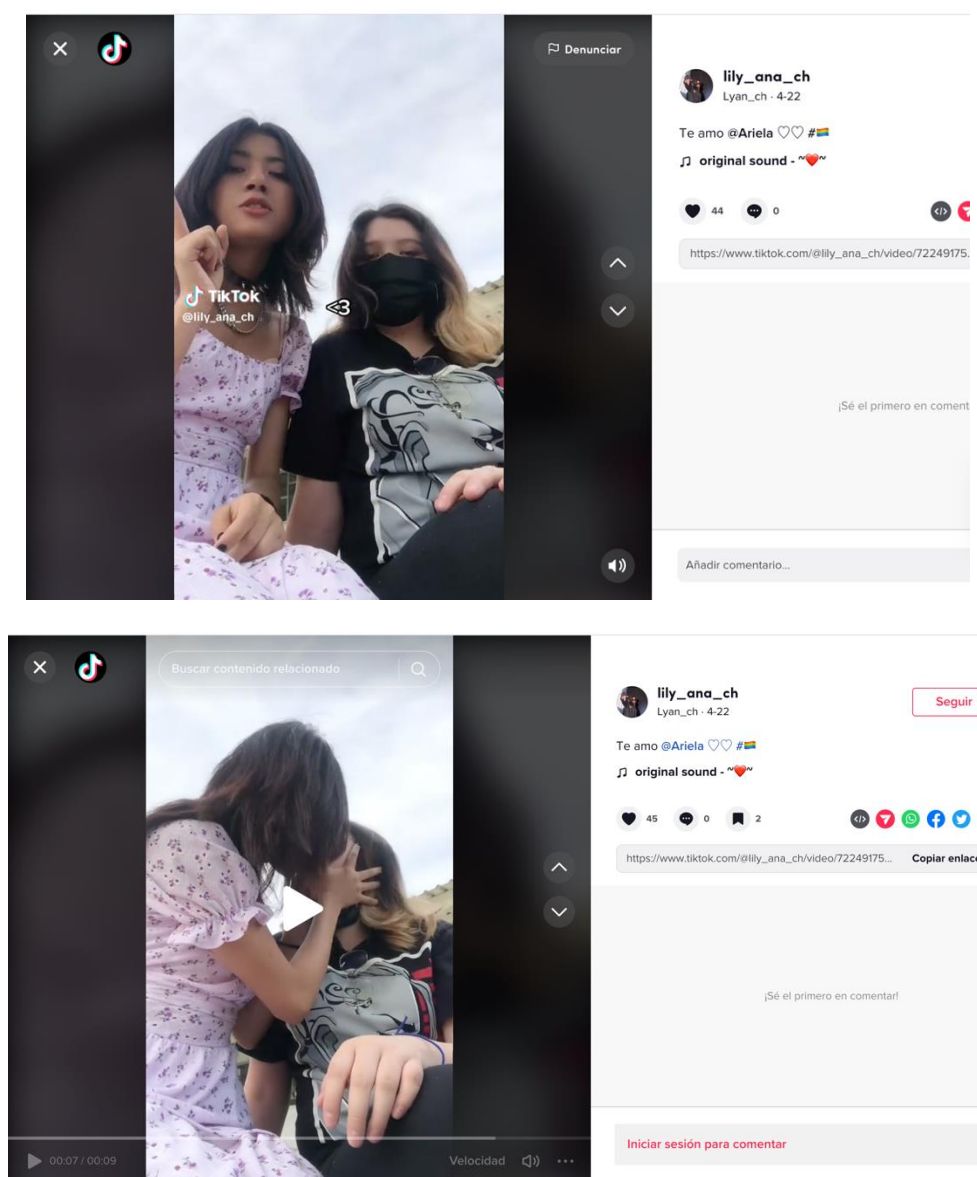


Fuente: @lily_ana_ch

La **Figura 24** muestra una producción del perfil de *TikTok* de @lily_ana_ch en dos momentos. Se visualiza un texto: <3. Y en la descripción: Te amo @Ariela ♡♡ #🇺🇪. Se trata de una producción en forma de vídeo corto, en la que el sujeto observado y una acompañante mujer bailan mirando a la cámara (imagen 1). Al final de la producción se dan un beso en los labios y sonríen (imagen 2). Integra la canción: The Neighbourhood - You Get Me So High (Letra: Used to stick together, you're my best friend, I'll love you forever...). La producción tiene 44 me gustas, ningún comentario y 367 reproducciones. Integra el *hashtags*: #🇺🇪.

Figura 24

Publicación de @lily_ana_ch

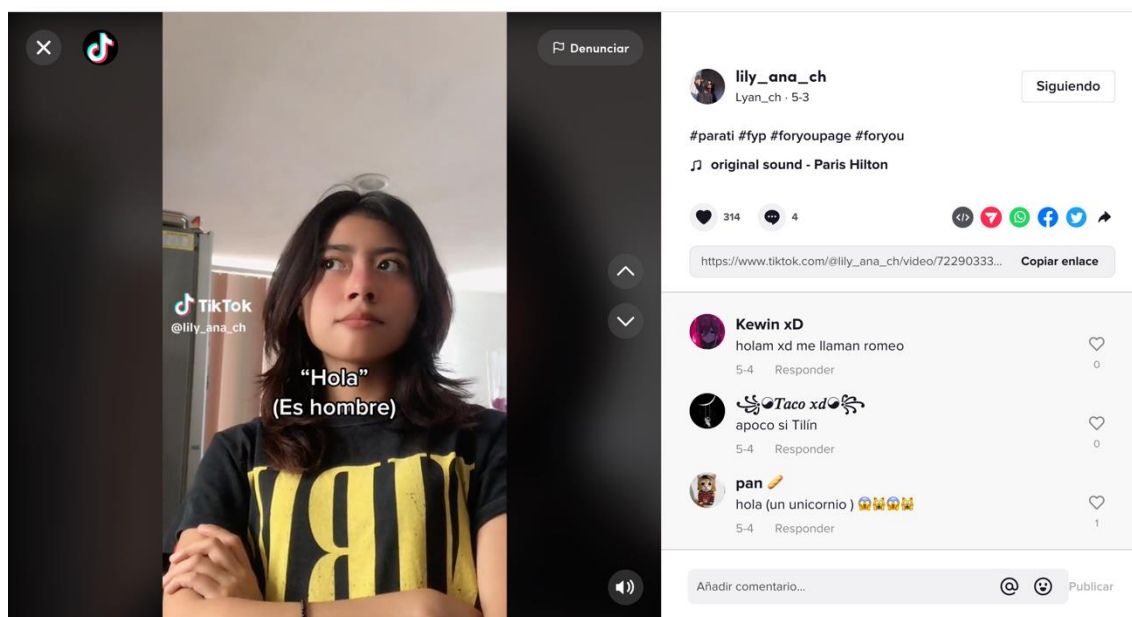


Fuente: @lily_ana_ch

La **Figura 25** muestra una producción del perfil de *TikTok* de @lily_ana_ch. Se visualiza el texto: “Hola” (Es hombre). Se trata de una producción en la que el sujeto muestra una actitud de desinterés y no mira a la cámara. Integra una melodía sin letra: original sound - Paris Hilton. La producción tiene 314 me gustas, 4 comentarios y 2377 reproducciones. Integra los *hashtags*: #parati #fyp #foryoupage #foryou.

Figura 25

Publicación de @lily_ana_ch

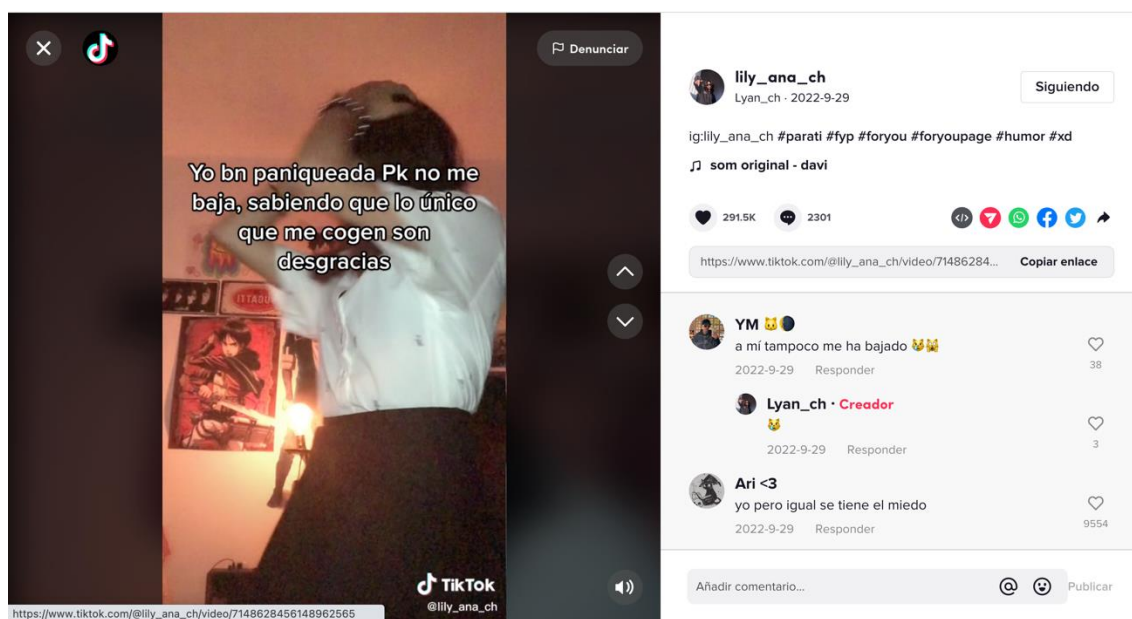


Fuente: @lily_ana_ch

La **Figura 26** muestra una producción del perfil de *TikTok* de @lily_ana_ch. Se visualiza el texto: yo bn paniqueada Pk no me baja, sabiendo que lo único que me cogen son desgracias. Se observa un contenido que explicita con manifestaciones de género (expresión de feminidades) al mencionar la menstruación; y sexualidad (verbo coger como expresión que posee el significado de “mantener relaciones sexuales”, en contextos geográficos localizados en América del Sur). Y en la descripción: ig: lily_ana_ch. Integra una melodía de fondo sin letra: sonido original-davi que enfatiza la intencionalidad de la producción de mostrar sentimientos de preocupación y desesperación. La producción tiene 291,5k me gustas, 2301 comentarios y 880,1k reproducciones. Integra los *hashtags*: #parati #fyp #foryou #foryoupage #humor #xd.

Figura 26

Publicación de @lily_ana_ch

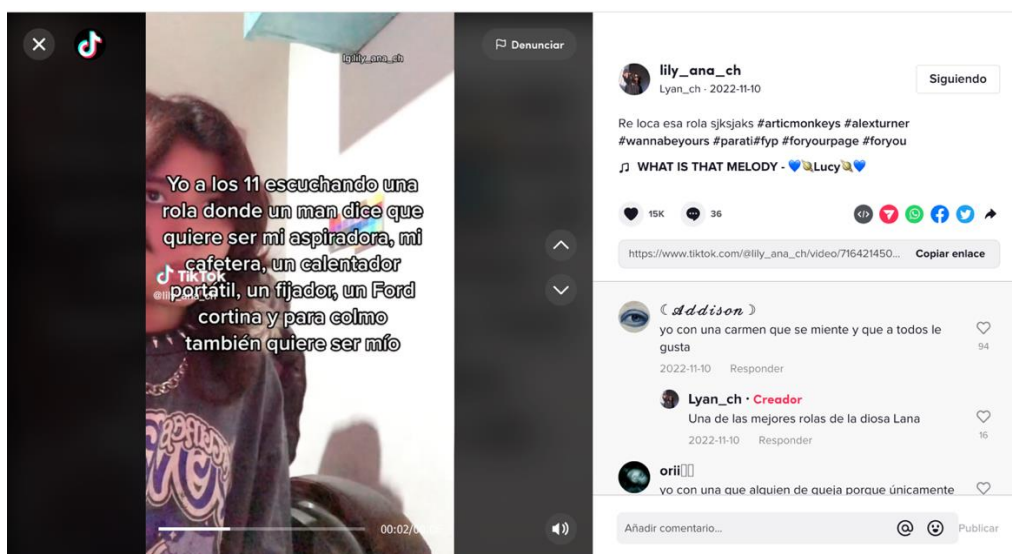


Fuente: @lily_ana_ch

La **Figura 27** muestra una producción del perfil de *TikTok* de @lily_ana_ch. Se visualiza el texto: yo a los 11 escuchando una rola (canción) donde un man me dice que quiere ser mi aspiradora, mi cafetera, un calentador portátil, un fijador, un Ford cortina y para colmo también quiere ser mío. Y en la descripción: Re loca esa rola sjksjaks. Integra una melodía sin letra y un audio al final de la producción: ¿What is a Melody? (WHAT IS THAT MELODY - ❤️ 🍷 Lucy 🍷 ❤️). La producción tiene 15k me gustas, 36 comentarios y 50k reproducciones. Integra los *hashtags*: #articmonkeys #alexturner #wannabeyours #parati #fyp #foryoupage #foryou.

Figura 27

Publicación de @lily_ana_ch

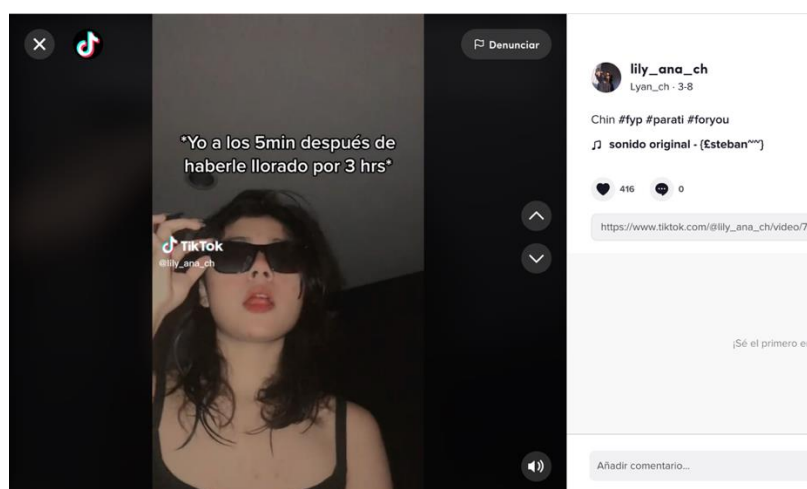


Fuente: @lily_ana_ch

La **Figura 28** muestra una producción del perfil de *TikTok* de @lily_ana_ch. Se visualiza un texto: “Yo a los 5 min después de haberle llorado por 3 hrs”. Y en la descripción: Chin. Y una canción: Bad Bunny-Tití Me Preguntó. Integra el fragmento de la letra: Muchas quieren mi baby gravy; Quieren tener mi primogénito, ey; Y llevarse el crédito; Ya me aburrí; Hoy quiero un tontito inédito, je; Uno nuevo, uno nuevo, uno nuevo, uno nuevo (ey). La producción tiene 416 me gustas y 1752 reproducciones. Integra los *hashtags*: #fyp #parati #foryou.

Figura 28

Publicación de @lily_ana_ch



Fuente: @lily_ana_ch

5. Discusión

La inmersión de los y las jóvenes en plataformas como *TikTok* implica un continuo proceso de recreación, que involucra numerosas prácticas de producción y consumo, que se encuentran condicionadas por el género (Colás-Bravo et al., 2013). El presente estudio, que busca analizar como son las prácticas y discursos de género que desarrollan jóvenes *Tiktokers* en la plataforma, como activos *prosumers* (Jenkins, 2006; Toffler, 1980) ha revelado interesantes hallazgos.

Los resultados de la investigación evidencian que los perfiles de jóvenes *Tiktokers* pueden convertirse en espacios de referencia donde reflejarse, estableciéndose el denominado efecto *espejo* (Oberst et al., 2016) a través del contenido producido (imagen, discursos, bases musicales, etc.). Este contenido, constituye una trayectoria y/o recorrido de vida en la plataforma, como flujo de prácticas, en el que opera, a su vez, la arquitectura y el algoritmo asociado a su funcionamiento (Costa, 2018).

En este sentido, del análisis de la plataforma *TikTok* se evidencia una arquitectura de naturaleza dual. Por un lado, esta, posibilita la personalización de las funcionalidades estéticas de los perfiles, en base a los gustos e intereses del prosumidor, de modo que resulten atractivas para la audiencia. Además de estrategias de interacción posibilitadas por la integración de múltiples elementos (bases musicales, filtros, etc.) como parte de la estética de las producciones, entre las que destaca el uso de *hashtags* o etiquetas. Por otra parte, se observan actuaciones del algoritmo alrededor de las estrategias y estética de la producción. Son observados elementos en las producciones, como *hashtags*, en los que se modifican aspectos externos (cambio de letras por números “sexo” por “sex0”) para ser publicados (véase **Figura 20**).

En consonancia, del análisis de las producciones de los perfiles, se ha evidenciado un uso extensivo de *hashtags*: #viral #parati #fyp #foryou #foryoupage #random. Que constituyen elementos centrales del contenido generado, al permitir un mayor crecimiento de las cuentas mediante un efecto viral (difusión exponencial de las producciones) como muestra la **Figura 5** del sujeto @charlieerroz y la **Figura 18** del sujeto @lily_ana_ch.

A su vez, estos hallazgos manifiestan la preocupación de la juventud *Tiktoker* por la difusión de sus publicaciones, influida por unas condiciones de producción y estética determinadas. De la observación de las producciones de ambos sujetos, se evidencia una estética cuidada con intencionalidad de mostrar una posición como sujeto, en una autoimagen de sí pensada y producida, como parte de lo que se pretende transmitir (véase **Figura 10** y **Figura 23**). Entre ellas, la integración de *hashtags* como “lentejas” “fyp” “for you” (véase **Figura 5** y **Figura 18**)

se establece como ejes vehiculares, con influencias visibles, en el proceso de autopresentación de los *Tiktokers* ante una determinada audiencia (Goffman, 2006). En una doble bidireccionalidad de la estrategia: la conexión con un público concreto y el alcance de un determinado reconocimiento y capital social (Dall’Orso-Swayne y Arbalza, 2021). En este sentido, la **Figura 5** y **Figura 18** muestran los *hashtags* más utilizados por @charlieerroz y @lily_ana_ch en sus producciones, en una predominancia de “Trending Hashtags” y los referidos a “manifestaciones de género” (#trans #pansexual #nonbinary). En un juego implícito con las funcionalidades de la arquitectura plataforma.

Lo que evidencia relaciones entre condiciones de producción y los materiales elaborados (en forma de vídeos cortos). De esta forma, se observa que operan de forma estratégica condiciones y técnicas de producción determinadas, con el objetivo de mostrar un yo que desea ser visible (Sibilia, 2008). En donde se producen, de forma sincrónica, intercambios de información como nuevas experiencias de aprendizaje entre iguales (Gil-Fernández y Calderón-Garrido, 2021). Al respecto, comentarios en las producciones de ambos sujetos muestran estos intercambios (ver **Figura 4** y **Figura 17**):

Te entiendo muy bien y ya lo sabía, pero me di un tiempo para mi hace como 2 años y lo entendí todo al mirarme al espejo por primera vez (Figura 4, perfil @Charlieerroz)

Este vídeo es super necesario?! a mí me hubiera gustado tener este tipo de consejos (Figura 4, perfil @Charlieerroz)

Me identifico, esa persona soy yo (Figura 17, perfil @lily_ana_ch)

En una dinámica interactiva, que involucra procesos de *feedback* bidireccionales que modifican las formas de interacción en una “*socialidad conectada*” (Van-Dick, 2016). En la hibridez característica de estos espacios, denominados en la actualidad entornos “*onlife*” (Floridi, 2015; Sánchez-Rojo et al., 2022; Serrate-González et al., 2023). En medio de este confluir de dinámicas, las relaciones de interacción entre jóvenes *Tiktokers* y su audiencia, evidencian conductas, actitudes, condiciones de producción y afectos dentro de las producciones, que se enmarcan dentro de un esquema de comportamiento, en el que confluyen prácticas y discursos de género implícitos en las prácticas de producción. Como muestran algunos de los comentarios extraídos de las producciones: “*me siento completamente identificado contigo, gracias por explicarlo tan bien*” o “*este vídeo es super necesario!! A mí me hubiera gustado tener este tipo de consejos*” (véase la **Figura 4**).

Que actúan, a su vez, como condicionantes e influencias en los contextos de desarrollo y socialización de la juventud (Lloyd y Duveen, 1991) ahora dominados por lo digital. En

referencia a estos procesos, los resultados de la investigación permiten entrever manifestaciones de las identidades de género de los sujetos en el transcurso de las producciones. Que permiten visualizar el flujo y/o trayectoria de la juventud en el proceso de construcción de una cuenta con intencionalidad de transmitir un contenido concreto, en base a sus intereses: *Sujeto @charlieerroz: la verdad es que no es eso, en plan sí que se quién so (Sujeto @charlieerroz; Figura 11); ¿Sabes que si es triste y humillante? Ser bisexual/pansexual y que a nadie le gustes (Sujeto @lily_ana_ch; Figura 22)*

Estos contenidos, operan y juegan un rol como prácticas de género asociadas a las producciones, entre relaciones e interacciones, en las que se intercambian discursos (Galarza-Fernández y Castro-Martínez, 2022) con implicaciones en los procesos de construcción de las identidades de género la juventud. De su análisis se evidencia una confluencia, entre prácticas de resistencia y prácticas normativas de *género*, que contribuyen a visibilizar determinados cánones y estereotipos dentro de un binarismo condicionado (Suárez-García y Álvarez-García, 2023). A su vez actúan como herramientas reproductoras de relaciones de poder de género (Van-Dick et al., 2018).

Todas ellas forman parte de un ecosistema donde la juventud transita, construye y reconstruye sus identidades como necesidad estructural (Braidotti, 2015). En el caso del sujeto @charlieerroz, las producciones analizadas, evidencian una intencionalidad recursiva de reivindicar la expresión de la existencia de múltiples identidades de género, por medio de la exposición de su experiencia personal de transición de género (trans) que desea ser reconocida públicamente como parte definitoria de lo que presenta a los demás (Ejea-Mendoza y Martínez-Romero, 2020). Como muestran algunas de las producciones de la cuenta (ver **anexos, Anexo 3 y Anexo 4**). En el caso de @lily_ana_ch, el análisis de sus producciones, visibilizan prácticas de género que ponen en juego estereotipos de género implícitos en las condiciones de producción de contenido en redes sociales, como evidencian otros estudios (Martín-García y Martínez-Solana, 2019; Navarro y Villegas-Simón, 2022; Peña-Fernández et al., 2023). Como puntos de fuga (Deleuze y Guattari, 1980) en un marco binario y dicotomizado de género que cuestionan los límites de los márgenes considerados “normativos” (Haraway, 1984) con implicaciones en la reproducción de estereotipos como muestran otros estudios (Ejea-Mendoza y Martínez-Romero, 2022; Regueira et al., 2020; Suárez-García y Álvarez-García, 2023). Es por ello por lo es importante analizar la potencialidad de su arquitectura como lugares donde compartir experiencias y conocimientos, transformando la virtualidad de las redes en nuevos territorios formativos para el público más joven (Pereda-Nieto y Dans-Álvarez, 2022).

Como una manera en la que la juventud aprovecha el dinamismo de las plataformas y las convierte en un marco de actuación donde desarrollar prácticas de género, que a su vez, constituyen estrategias para la adquisición de un determinado capital social (Dall'Orso-Swayne y Arbaiza, 2021). Es por ello por lo que los hallazgos del análisis de ambas cuentas han ayudado a comprender las posibilidades que brindan las plataformas virtuales como nuevos territorios formativos. De este modo, es importante visibilizar que plataformas como *TikTok* permite a la juventud la apropiación de roles y espacios, accediendo a nuevas formas de poder y saber de género, en este caso, favoreciendo la eclosión de nuevas prácticas. De modo que se estimula la generación de contenidos “de naturaleza educativa” que versan sobre nuevos discursos y concepciones que transgreden los márgenes de lo considerado como normativo, social e históricamente construido de género.

6. Conclusiones

Este estudio de caso ha permitido identificar prácticas y discursos de género visibles en los procesos de generación de contenido de jóvenes *Tiktokers*, como activos *prosumidores* (Jenkins, 2006; Toffler, 1980) en plataformas virtuales. Además, se ha observado cómo sus prácticas y discursos, se convierten en medios formativos de una audiencia recíproca, adquiriendo, por lo tanto, el rol de nuevos formadores en el contexto de la plataforma. Mediante prácticas posibilitadas por el desplazamiento de las interacciones a estos lugares, donde la juventud transita de forma diaria y los convierte en nuevos dueños de los entornos virtuales (Frățiță, 2021).

Con un número significativo de seguidores y un alto rendimiento en sus perfiles, estos *Tiktokers*, de identidades de género diversas, explicitan sus producciones, reivindicando desde una posición de poder, la existencia de múltiples identidades de género, por medio de prácticas que implican una *performance* con pretensiones de ruptura de un orden de género (Butler, 2009; Masanet et al., 2016) con una dominancia vigente en los entornos sociales “*onlife*” (Floridi, 2015; Sánchez-Rojo et al., 2022; Serrate-González et al., 2023).

Este estudio de caso ha permitido vislumbrar unas condiciones y estética de producción, asociadas a prácticas en las que se divulga y transmiten discursos de género, cargados de significado, que pretenden llegar a una audiencia determinada. Donde se pone en juego una participación entre lo público-privado (González-Villa y Gewerc, 2022), como estrategia de interacción y obtención de un determinado reconocimiento y capital social.

Como espacios donde compartir cauces de intereses y experiencias personales, conformando comunidades y redes de apoyo (López-Pérez, 2021) en un intercambio continuado de prácticas con influencias en el proceso de construcción de las identidades de la juventud, con especial atención a la de género. En este sentido, la plataforma de *TikTok* posibilita prácticas de *crear, producir, difundir y compartir* contenidos, en forma de vídeo corto, caracterizadas por la volatilidad, versatilidad e inmediatez de su exposición como forma de autopresentación. Con unas condiciones de producción marcadas, a su vez, por la arquitectura y el algoritmo propio de la plataforma.

Los casos analizados participan en la plataforma mediante acciones que involucran prácticas de género. En una confluencia entre prácticas de resistencia, en lo que Deleuze y Guattari (1980) denominan “puntos de fuga”, en coexistencia con lo establecido como “normativo”, dentro de un marco binario y dicotómico. De forma que se observa una participación de la juventud, condicionada por las relaciones de poder y saber de género, que son reproducidas como ejes de diferenciación (Braidotti, 2004). Y, a su vez, prácticas de producción marcadas

por un deseo de empoderamiento, posibilitadas en plataformas como *TikTok*, como lugares de exposición y visibilidad para la juventud (Ruiz-Cartagena, 2017).

De esta manera, surgen comunidades virtuales, en cuyo interior se vehiculan procesos formativos implícitos en las prácticas de género producidas, en las que se movilizan discursos y se estimula la generación de conocimiento, mediante interacciones y conexiones entre la juventud. Como naciente oportunidad de nuevos escenarios de formación y aprendizaje, como evidencian otros estudios (Castillejos-López, 2021; Fox y Cayari, 2016; Guiñez-Cabrera y Mansilla-Obando, 2022; Tejedor-Calvo et al., 2022).

Estos hallazgos, visibilizan que plataformas como *TikTok* posibilitan que la juventud ejerza nuevos roles por medio de prácticas, con implicaciones en la ruptura de estereotipos de género asociados a un orden de género como “normativo”. Al tiempo que desarrollan habilidades y destrezas en forma de estrategias de interacción, vinculadas a condiciones y técnicas de producción y cuidado, de un contenido que es generado y se hace visible mediante prácticas que son dirigidas a una audiencia concreta. En este sentido, nacen nuevos territorios en los que subyacen prácticas de género como procesos formativos, con la juventud *Tiktoker* como nuevos formadores. Que implican un proceso de enseñanza, en el sentido de mostrar, como aprendizaje por imitación. El sujeto presenta su experiencia personal, mediante producciones y discurso implícitos en las prácticas de género, para que la audiencia se identifique, observe y recupere la experiencia propia.

Desde el campo educativo, emerge la necesidad de investigar estos fenómenos y su vinculación con la apertura hacia innovaciones metodológicas susceptibles de ser integradas en los procesos formativos y de aprendizaje. En este sentido, se ha constatado que las plataformas posibilitan que los y las jóvenes adquieran un papel protagonista, como agentes activos y creadores de territorios formativos donde conectar con su grupo de iguales, con los que compartir intereses, conocimientos y vivencias, construyendo redes y comunidades de apoyo y aprendizaje, que puedan ser permeables a los muros de las instituciones educativas. Experiencias anteriores, Acevedo-Borrega (2022) evidencian la potencialidad de las plataformas, como espacios de interacción y comunicación horizontal, que implican prácticas susceptibles de ser conductoras de procesos formativos y de aprendizaje entre la juventud.

Para la puesta en marcha nuevas experiencias educativas que integren el uso de las plataformas virtuales, es preciso legitimar el papel activo de los estudiantes como promotores de procesos formativos autorregulados, cooperativos y colaborativos. Susceptibles de atravesar múltiples etapas educativas, de modo que se promueva de forma paralela, procesos formativos en el uso crítico de las nuevas tecnologías. Que en la actualidad constituye un pilar

esencial de los enfoques curriculares. Dentro de una propuesta de intervención que deberá integrar una serie de criterios de actuación: 1) El alumnado deberá ser miembro activo en los procesos de negociación de las metodologías y propuestas formativas; 2) Los procesos de formación y aprendizaje deberán integrar elementos, herramientas y recursos significativos y coherentes con el contexto “*plataformatizado*” de la juventud; 3) Los procesos formativos se vehiculan alrededor de variables interseccionales (sexo, género, raza, etnia, ideología) implícitas en la multidimensionalidad que caracteriza a los sujetos, que son puestas en juego en dichos procesos.

Los resultados del estudio han permitido conocer cómo son las prácticas y discursos de género de la juventud en la plataforma de *TikTok*, desde la observación de dos participantes seleccionados de forma intencional. Al respecto emergen las limitaciones de la investigación, ante la necesidad metodológica de profundizar en los casos, a partir del uso de técnicas y métodos complementarios: 1. Desarrollo de una cuarta fase de investigación en la que se lleven a cabo entrevistas en profundidad, para la realización de una triangulación de datos, desde la información aportada por los propios sujetos actuantes; 2. Ampliar el período de observación de las cuentas, lo que permita enriquecer los resultados y conclusiones de la investigación; 3. Ampliar los espacios de observación a las distintas plataformas en las que participan la juventud, lo que permita indagar en los flujos y dinámicas que se producen en la participación multiplataforma; 4. Incrementar el número de sujetos de observación con especial atención al criterio de selección “Diversidad de identidades de género” para la obtención de una visión más amplia del complejo fenómeno a estudiar.

Referencias

- Acevedo-Borrega, J. S., Sosa-Díaz, M.-J., Porrás-Masero, I y González-Fernández, A. (2022). Recursos Digitales en Educación Superior: TikTok como herramienta didáctica. *REIDOCREA*, 11(54), 623-636. <https://hdl.handle.net/10481/77646>
- Ahmadi, M. y Wohn, D.Y. (2018). The Antecedents of Incidental News Exposure on social media. *Social Media + Society*, 4(2). <https://doi.org/10.1177/2056305118772827>
- Anderson, K.E. (2020), "Getting acquainted with social networks and apps: it is time to talk about TikTok. *Library Hi Tech News*, 37(4), 7-12. <https://doi.org/10.1108/LHTN-01-2020-0001>
- Angrosino, M. (2012). *Etnografía y observación en Investigación Cualitativa*. Morata.
- Aparici, R. y García, D. (2018). Prosumidores y emirecs: Análisis de dos teorías enfrentadas. *Comunicar*, 26(55), 71-79. <https://doi.org/10.3916/C55-2018-07>
- Arriaga, A., Marcellán-Baraze, I. y González-Vida, M.R. (2016). Las redes sociales: espacios de participación y aprendizaje para la producción de imágenes digitales de los jóvenes. *Estudios sobre Educación*, 30, 197-216. <https://doi.org/10.15581/004.30.197-216>
- Ballesteros, B. (2014). *Taller de investigación cualitativa*. UNED.
- Barta, S., Belanche, D., Fernández, A. y Flavián, M. (2023). Influencer marketing on TikTok: The effectiveness of humor and followers hedonic experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 30. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103149>
- Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico*. Siglo XXI editores.
- Braidotti, R. (2004). *Feminismo, diferencia sexual y subjetividad nómada*. Editorial Gedisa.
- Braidotti, R. (2015). *Lo Posthumano*. Editorial Gedisa.
- Butler, J. (2006). *El género en disputa*. Routledge.
- Caro-Castaño, L. (2015). Construir y comunicar un “nosotras” feminista desde los medios sociales. Una reflexión acerca del “feminismo del hashtag”. *Revista de Comunicación*

y *Ciudadanía Digital*, 4(2), 124-154.

<https://revistas.uca.es/index.php/cayp/article/view/3098>

Castillejos-López, B. (2021). Ambivalencia en TikTok: aprendizaje permanente y riesgos de seguridad coexistiendo. *Revista de investigación educativa de la REDIECH*, 12.

https://doi.org/10.33010/ie_rie_rediech.v12i0.1294

Celik, B., Uzunboylu, H. y Demirbas-Celik, N. (2023). Preferencias de las plataformas de medios sociales de los estudiantes de educación superior con fines educativos.

Revista de Educación a Distancia (RED), 23(72). <https://doi.org/10.6018/red.491551>

Colás-Bravo, P., Conde-Jiménez, J. y Martín-Gutiérrez, Á. (2015). Las redes sociales en la enseñanza universitaria: Aprovechamiento didáctico del capital social e intelectual.

Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado, 29(2), 105-116.

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27443659008>

Colás-Bravo, P., González-Ramírez, T. y de-Pablos-Pons, J. (2013). Juventud y redes sociales: Motivaciones y usos preferentes. *Comunicar*, 40, 15-23.

<https://doi.org/10.3916/C40-2013-02-01>

Colás-Bravo, P. y Quintero-Rodríguez, I. (2022). YouTube y Aprendizaje: Una Revisión Bibliográfica Sistemática. REICE. *Revista Iberoamericana Sobre Calidad, Eficacia Y Cambio En Educación*, 21(1), 47-63. <https://doi.org/10.15366/reice2023.21.1.003>

Connell, R. y Pearse, R. (2018). *Género. Desde una perspectiva global*. Universitat de Valencia.

Creswell, J.W. y Plano, V.L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research*. SAGE.

Dall' Orso-Swayne, V. y Arbaiza, F. (2021). Instagram como plataforma de ciberactivismo de influencers no-políticas a favor de movimientos feministas en Perú. *RISTI: Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Información*, (40), 127-138.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8586072>

del-Fresno, M. (2020). We the New Media: The Disruption of social media in Interpersonal and Collective Communication. *Media Controversy*, (pp. 138-157).

<https://doi.org/10.4018/978-1-5225-9869-5.ch008>

Deleuze, G. y Guattari, F. (1980). *Mil Mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*. Editorial Pre-Textos.

Delgado, J. y Gutiérrez, J. (1998). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Editorial Síntesis.

Díaz, L. (2017). *Soy marca. Quiero trabajar con influencers: influencer marketing*. Profit Editorial.

Ejea-Mendoza, L.T. y Martínez-Romero, C.O. (2022). Redes sociales digitales y violencia simbólica. Instagram y la imagen de la mujer. *Comunicación y Género*, 5(1), 25-37.

<https://doi.org/10.5209/cgen.77845>

Ferreiro-Habra, A. C. (2018). Masculinidades en el discurso publicitario. *Question*, 1(58).

<https://doi.org/10.24215/16696581e05>

Flick, V. (2015). *El diseño de la investigación cualitativa*. Ediciones Morata.

Floridi, L. (2015). *The Onlife Manifesto. Being Human in a Hyperconnected Era*.

SpringerOpen

Foucault, M. (1975). *Vigilar y castigar*. Siglo XXI editores.

Foucault, M. (1976). *Historia de la sexualidad I. La voluntad del saber*. Siglo XXI editores.

Foucault, M. (1978). *Microfísica del poder*. Siglo XXI editores.

Foucault, M. (1997). *La arqueología del saber*. Siglo XXI editores.

Fox, H.L. y Cayari, C. (2016). Graduate Students Readiness and Perceptions of the Pedagogical Application of Collaborative Video Logs. *TechTrends*, (60), 585-590.

<https://doi.org/10.1007/s11528-016-0084-x>

Frățilă, O.C. (2021). Motivation of TikTok Users. *International Journal of Current Science Research and Review*, 4, 1640-1644. <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/V4-i12-04>

- Fuentes, J.L. y Belando-Montoro, M. (2022). Redes sociales y otros canales digitales como medios de participación cívica: un estudio cualitativo de la juventud madrileña. *Foro de Educación*, 20(1), 39-63. <https://doi.org/10.14516/fde.926>
- Gibbs, G. (2012). *El análisis de datos cualitativos en Investigación Cualitativa*. Ediciones Morata.
- Gil-Fernández, R. y Calderón-Garrido, D. (2021). El uso de redes sociales en educación. Una revisión sistemática de la literatura científica. *Digital Education Review*, (40), 82-109. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8219965>
- Gil-Ibáñez, M., Ruiz-Viñals, C. y Olmo-Arriaga, J.L. (2022). Instagram and TikTok: The role of woman in social media. *Revista Internacional De Cultura Visual*, 9(3), 1-11. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3525>
- Goffman, E. (2001). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu Editores.
- Goffman, E. (2006). *Estigma. La identidad deteriorada*. Amorrortu Editores.
- González-Villa, A. y Gewerc, A. (2022). Controversias público-privado en redes sociales y adolescencia: Estudio de encuesta. *Revista Prisma Social*, 39, 289-310. <http://hdl.handle.net/10347/29847>
- Guiñez-Cabrera N. y Mansilla-Obando, K. (2022). Booktokers: Generar y compartir contenidos sobre libros a través de TikTok. *Comunicar*, 25(71), 119-130. <https://doi.org/10.3916/C71-2022-09>
- Han, F. y Ellis, R.A. (2021). Predicting students' academic performance by their online learning patterns in a blended course: To what extent is a theory-driven approach and a data-driven approach consistent? *Educational Technology & Society*, 24(1), 191-204. <https://acortar.link/E75rCA>
- Haraway, D. (1984). *Manifiesto Ciborg: El sueño irónico de un lenguaje común para las mujeres en el siglo veinte tardío*. Universitat de Valencia.
- Haraway, D. (1995). *Ciencia, cyborgs y mujeres: la reinención de la naturaleza*. Ediciones Cátedra.

- Hernández, A. (2021). Píldoras históricas en Tiktok. Explorando una nueva forma de enseñar en las redes. UNES: *Universidad, escuela y sociedad*, 10, 92-99.
<https://doi.org/10.30827/unes.i10.17808>
- Herrada-Valverde, R.I., Montes-Rodríguez, R. y Ballarín Domingo, P. (2018). Rastreado marcas de género en la formación “on-line”. En J.B. Bautista Martínez Rodríguez y E. Fernández Rodríguez (Eds.), *Ecologías del aprendizaje: educación expandida en contextos múltiples* (pp. 129-151). Ediciones Morata.
- Hine, C. (2017). *Etnografía virtual*. Colección Nuevas Tecnologías y Sociedad.
- IABSpain (2022). *Estudio de Redes Sociales 2022*. Elogia.
<https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2022/>
- Irigaray, L. (1992). *Yo, tú, nosotras*. Ediciones Cátedra.
- Izquierdo-Iranzo, P. y Gallardo-Echenique, E. (2020). Studygrammers: Learning influencers. *Comunicar*, 62, 115-125. <https://doi.org/10.3916/C62-2020-10>
- Jenkins, H. (2006). *Culture Convergence*. Ediciones Paidós.
- Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy, and self-expression. *New media & society*, 10(3), 393-411. <https://doi.org/10.1177/1461444808089415>
- Lloyd, B. y Duveen, G. (1991). Expressing Social Gender Identities in the First Year of School. *European Journal of Psychology of Education*, 6(4), 437-447.
<http://www.jstor.org/stable/23422265>
- López-Pérez, C. (2021). Ficción, jóvenes y narrativas transmedia en entornos virtuales. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 10(2), 163-183.
<https://doi.org/10.21071/edmetic.v10i2.13171>
- López-Zafra, E., García-Retamero, R., Diekman, A. y Eagly, A.H. (2008). Dinámica de estereotipos de género y poder: un estudio transcultural. *Revista de Psicología Social*, 23(2). 213-219. <https://doi.org/10.1174/021347408784135788>

- Lou, C. y Yuan, S. (2018). Influencer Marketing: How Message and Credibility Affect Consumer Trust of Branded Content on social media. *Journal of Interactive Advertising*, 16(1), 58-73. <https://doi.org/10.1080/15252019.2018.1533501>
- Marcelo, C. y Marcelo, P. (2021). Influencers educativos en Twitter. Análisis de hashtags y estructura relacional. *Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación*, 29(68), 73-83. <https://doi.org/10.3916/C68-2021-06>
- Martín-García, M.T. y Martínez-Solana, M.Y. (2019). Women illustrators in Instagram: digital influencers more committed to gender equality in social networks. *Revista Internacional De Cultura Visual*, 6(2), 52-68. <https://doi.org/10.37467/gka-revvisual.v6.1889>
- Martín-Ramallal, P. y Micaletto, J.P. (2021). Tiktok, red simbiótica de la generación z para la realidad aumentada y el advergaming inmersivo. *Revista de Comunicación*, 20(2), 223-242. <https://doi.org/10.26441/RC20.2-2021-A12>
- Martínez-Sanz, R., Buitrago, A. Y Martín-García. (2023). Comunicación para la salud a través de Tiktok. Estudio de Influencers de temática farmacéutica y conexión con su audiencia. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 14(1), 83-98. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.23435>
- Martínez-Valerio, L. (2022). Mensajes de odio hacia la comunidad LGTBIQ+: análisis de los perfiles de Instagram de la prensa española durante la «Semana del Orgullo». *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 364-388. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1749>
- Martínez-Valerio, L. (2023). Mensajes misóginos en los perfiles de Tik Tok de la prensa española: Estudio y percepción por parte de los jóvenes. *Revista Internacional de comunicación*, (59), 120-126. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2023.i59.08>
- Masanet, M.J., Pires, F. y Gómez-Puertas, L. (2021). Riesgos de la brecha digital de género entre los y las adolescentes. *El profesional de la información*, 30(1), 1- 15. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.12>

- Micaletto-Belda, J.P. y Martín-Ramallal, P. (2023). La inclusión digital en el ecosistema de TikTok: análisis del hashtag #Cosas que me dicen. *Observatorio Journal*, 17(1), 75-99. <https://doi.org/10.15847/obsOBS17120232123>
- Mitchelstein, E., Boczkowski, P.J. y Tenenboim-Weinblatt, K. (2020). Incidentalness on a continuum: A comparative conceptualization of incidental news consumption. *Journalism*, 21(8), 1136-1153. <https://doi.org/10.1177/1464884920915355>
- Montag, C., Yang, H. y Elhai, J.D. (2021). On the Psychology of TikTok Use: A First Glimpse from Empirical Findings. *Front. Public Health*, 9. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>
- Navarro, C. y Villegas-Simón, I. (2022). Discursos feministas de las influencers digitales españolas: Análisis de su actividad en redes sociales. *Revista de Comunicación digital*, 8. <http://dx.doi.org/10.7203/drdcd.v1i8.223>
- Neyaz, A., Kumar, A., Krishnan, S., Placker J. y Liu Q. (2020). Security, privacy and steganographic analysis of FaceApp and TikTok. *International Journal of Computer Science and Security (IJCSS)*, 14(2), 38–59. <https://acortar.link/mDhw56>
- Oberst, Ú., Chamarro, A. y Renau, V. (2016). Estereotipos de género 2.0: Auto-representaciones de adolescentes en Facebook. *Comunicar*, (48), 81-90. <https://doi.org/10.3916/C48-2016-08>
- Padilla-Castillo, G. y Rodríguez-Hernández, J. (2022). Sostenibilidad en TikTok tras la COVID-19. Los influencers virales en español y sus microacciones. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28(3), 573-585. <https://doi.org/10.5209/esmp.81133>
- Peña-Fernández, S., Larrondo-Ureta, A. y Morales-i-Gras, J. (2023). Feminismo, Identidad de género y polarización en TikTok y Twitter. *Comunicar*, 21(75), 49-60. <https://doi.org/10.3916/C75-2023-04>
- Pereda-Nieto, A. y Dans-Álvarez, I. (2022). Influencers: Los nuevos bardos. Redes sociales para enseñar inglés. En E.E. Aveleyra y M. Proyetti-Martino (Eds.). *Escenarios y*

- recursos para la enseñanza con tecnología: desafíos y retos* (pp. 286-296). Editorial Octaedro. <https://doi.org/10.36006/16361> <https://doi.org/10.36006/16361>
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T. y Tacchi, J. (2019). *Etnografía digital*. Ediciones Morata.
- Prensky, M. (2001). *Nativos e inmigrantes digitales*. Cuadernos SEK 2.0. <https://acortar.link/4ZEiuU>
- Quinn, K. (2016). Why We Share: A Uses and Gratifications Approach to Privacy Regulation in Social Media Use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 60(1), 61-86. <https://doi.org/10.1080/08838151.2015.1127245>
- Real Academia Española (2022). *Diccionario de la lengua española* (23.6 ed.).
- Reckwitz, A. (2002). Toward a theory of social practices: A development in culturalist theorizing. *European Journal of Social Theory*, 5(2), 243-263. <https://doi.org/10.1177/13684310222225432>
- Regueira, U., Alonso-Ferreiro, A. y Da-Vila, S. (2020). La mujer en YouTube. Representación y participación a través de la técnica Web Scraping. *Comunicar*, (63), 31-40. <https://doi.org/10.3916/C63-2020-03>
- Remondino, G. (2012). Blog y redes sociales: un análisis desde las tecnologías de la gubernamentalidad y el género. *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, 12(3), 51-69. <https://doi.org/10.5565/rev/athenead/v12n3.1073>
- Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community*. Addison-Wesley.
- Rivera-Vargas, P. y Miño-Puigcercós, R. (2018). Young people and virtual communities.: New ways of learning and of social participation in the digital society. *Páginas de Educación*, 11(1), 67-82. <https://doi.org/10.22235/pe.v11i1.1554>
- Rodríguez-Illera, J.L., Martínez-Olmo, F., Rubio-Hurtado, M^a. J. y Galván-Fernández, C. (2021). Las prácticas de publicación de contenidos de los jóvenes en las redes

- sociales. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 60, 135-151.
<https://doi.org/10.12795/pixelbit.74025>
- Rodríguez-Monge, M., Rodríguez-Fidalgo, M. y Paíno-Ambrosio, A. (2022). Influencers de moda y feministas españolas y sus seguidoras en Instagram. ¿Ante nuevas plataformas para fomentar el diálogo social? *Observatorio (OBS)*, 16(2), 64-91.
<https://doi.org/10.15847/obsOBS16220221908>
- Rodríguez-Zidan, E., Cabrera, C. y Zorrilla, J.P. (2019). Estudio cualitativo acerca de las ecologías de aprendizaje ubicuo. *International Journal of Information Systems and Software Engineering for Big Companies (IJISEBC)*, 6(1), 53-68.
<http://uajournals.com/ojs/index.php/ijisebc/article/view/458/335>
- Rueda, O.R. y Giraldo, D. (2016). La imagen de perfil en Facebook: Identidad y representación en esta red social. *Revista Folios*, (43), 119-135.
<https://doi.org/10.17227/0123487043folios119.135>
- Ruiz-Cartagena, J.J. (2017). Millenials y redes sociales: estrategias para una comunicación de marca efectiva. *Miguel Hernández Communication Journal*, (8), 347-367.
<https://revistas.innovacionumh.es/index.php/mhcyj/article/view/196/372>
- Sánchez-Gómez, M.C. (2015). La dicotomía cualitativo-cuantitativo: posibilidades de integración y diseños mixtos. *Campo Abierto. Revista de Educación*, 1(1), 11-30.
<https://mascvuex.unex.es/revistas/index.php/campoabierto/article/view/1679>
- Sánchez-Rojo, A., García del Dujo, A., Muñoz-Rodríguez, J.M., y Dacosta, A. (2021). Grammars of "Onlife" Identities: Educational Re-significations. *Studies in Philosophy and Education*, 41, 3-19. <https://doi.org/10.1007/s11217-021-09811-7>
- Schatzki, T. (1996). *Social Practices: A Wittgenstein Approach to Human Activity and the Social*. Cambridge.
- Schenckel, E. y Pérez, M.I. (2018). Un abordaje teórico de la investigación cualitativa como enfoque metodológico. *ACTA Geográfica*, 12(30), 227-233.
<https://revista.ufrr.br/actageo/article/view/5201>

- Serrate-González, S., Sánchez-Rojo, A., Andrade-Silva, L. y Muñoz-Rodríguez, J. (2023). Identidad onlife: La cuestión del género y la edad en el comportamiento adolescente ante las redes. *Comunicar*, 75, 9-20. <https://doi.org/10.3916/C75-2023-01>
- Sibilia, P. (2005). *El Hombre postorgánico: Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Fondo de Cultura Económica.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica.
- SigmaDos (2021). Discursos de odio sexistas en redes sociales y entornos digitales. Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4580436>
- Simons, H. (2009). *El estudio de caso: Teoría y práctica*. Ediciones Morata.
- Soto-Flechas, L. (2021). Entre juegos de autenticidad, idealización y cuidado de sí en Facebook. *Trabajos Sociales*, 1(23), 97-127. <https://doi.org/10.15446/ts.v23n1.87692>
- Statista (2023). *Las redes sociales en España. Datos Estadísticos*. <https://es.statista.com/temas/6566/las-redes-sociales-en-espana/#topicOverview>
- Suárez-García, Z. y Álvarez-García, D. (2023). Uso de redes sociales en la preadolescencia: diferencias de género. *Psychology, Society & Education*, 15(1), 30-39. <https://doi.org/10.21071/pse.v15i1.15277>
- Sun L., Zhang H., Zhang S., Haoqi, Z. y Luo, J. (2020). Content-based analysis of the cultural differences between TikTok and Douyin. *En 2020 IEEE International Conference on Big Data (Big Data)* (pp. 4779-4786). IEEE. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2011.01414>
- Tejedor-Calvo, S., Cervi, L., Robledo-Dioses, K. y Pulido Rodríguez, C. (2022). Desafíos del uso de TikTok como plataforma educativa: Una red multitemática donde el humor supera al debate. *Aula Abierta*, 51(2), 121–128. <https://doi.org/10.17811/rifie.52.2.2022.121-128>
- Thompson, L. y Ku, H. Y. (2006). A case study of online collaborative learning. *Quarterly Review of Distance Education*, 7(4), 361–375. <https://eric.ed.gov/?id=EJ875042>

- TikTok (2022). *Términos de servicio de TikTok*. <https://www.tiktok.com/legal/page/eea/terms-of-service/es>
- Tobeña, V. (2020). Pensar el futuro de la escuela desde comunidades de prácticas. Claves desde TikTok. *Dilemata*, (33), 221-233.
<https://www.dilemata.net/revista/index.php/dilemata/article/view/412000363>
- Toffler, A. (1980). *La tercera ola*. Plaza & Janes Editores.
- Valcarce-de-Veer, V. y Valdivia-Vizarreta, P. (2019). Feminismo en 280 caracteres: Repensando la utilidad de los hashtags en Twitter para el aprendizaje informal. En J. Longás-Mayayo y J. Vilar-Martín. (Eds.), *La Pedagogía Social en un entorno VICA: ¿viejos problemas, nuevas perspectivas?: Comunicaciones y Conclusiones: Congreso Internacional SIPS 2019/Seminario Interuniversitario de Pedagogía Social* (pp. 229-233). Ediciones Blanquerna.
- Van-Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI editores.
- Van-Dijck, J., Poell, T. y 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>
- Wang, W. Y Wu, J. (2021). Short Video Platforms and Local Community Building in China. *International Journal of Communication*, 15, 3269-3291.
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/14545>
- We are social Spain (2022). *Digital 2022 Global Overview Report*. Hootsuite.
<https://wearesocial.com/es/blog/2022/01/digital-2022/>
- Weimann, G. y Masri, N. (2020). Research note: spreading hate on TikTok. *Studies in Conflict & Terrorism*, 1-14. <https://doi.org/10.1080/1057610x.2020.1780027>
- Yarosh, S., Bonsignore, E., McRoberts, S. y Peyton, T. (2016). YouthTube: Youth video authorship on YouTube and Vine. En *Proceedings of the 19th ACM Conference on*

Computer-Supported Cooperative Work & Social Computing (pp. 1423-1437).

<http://dx.doi.org/10.1145/2818048.281996>

Zamora, J. (2018). Guy Debord 2.0: hacia un análisis de la mercantilización de la subjetividad en las redes sociales. *Revista Internacional de Ética y Política*, 13, 239-254. <https://doi.org/10.1344/oxi.2018.i13.21573>

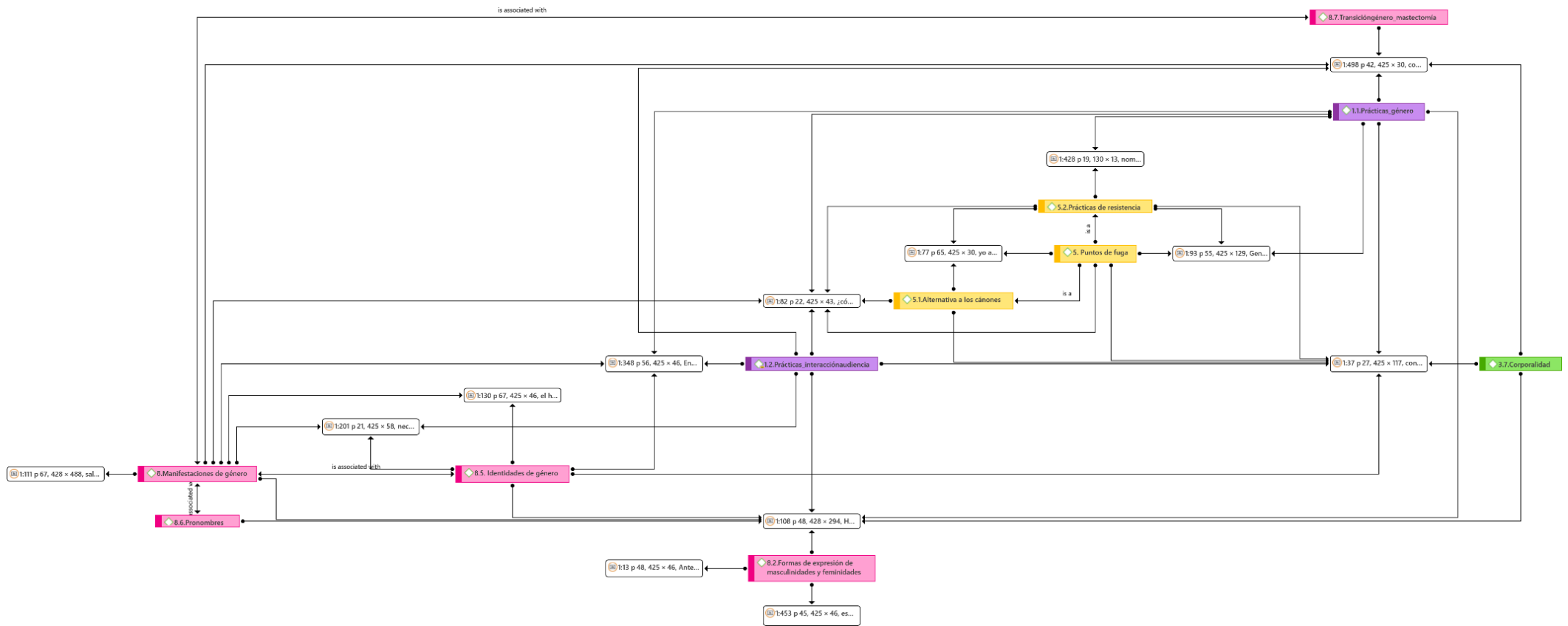
Zhang, Q. y Negus, K. (2021). Stages, platforms, streams: The economies and industries of live music after digitalization. *Popular Music and Society*, 44(5), 539-557. <https://www.doi.org/10.1080/03007766.2021.1921909>

Anexos

Anexo 1

Figura 1

Red semántica de relación entre códigos del perfil de @Charlieerroz

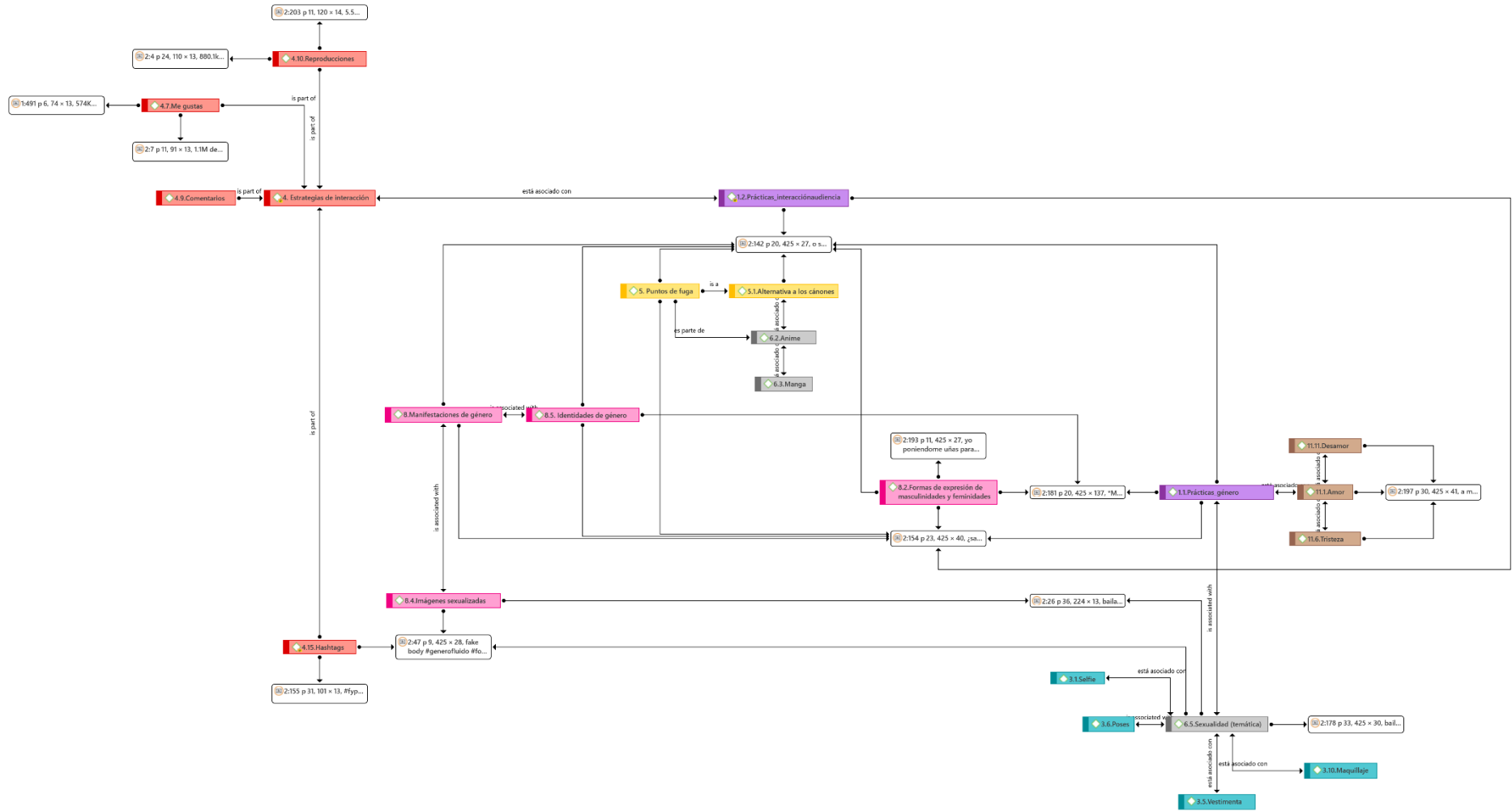


Nota: elaboración propia

Anexo 2

Figura 2

Red semántica de relación entre códigos del sujeto @lily_ana_ch

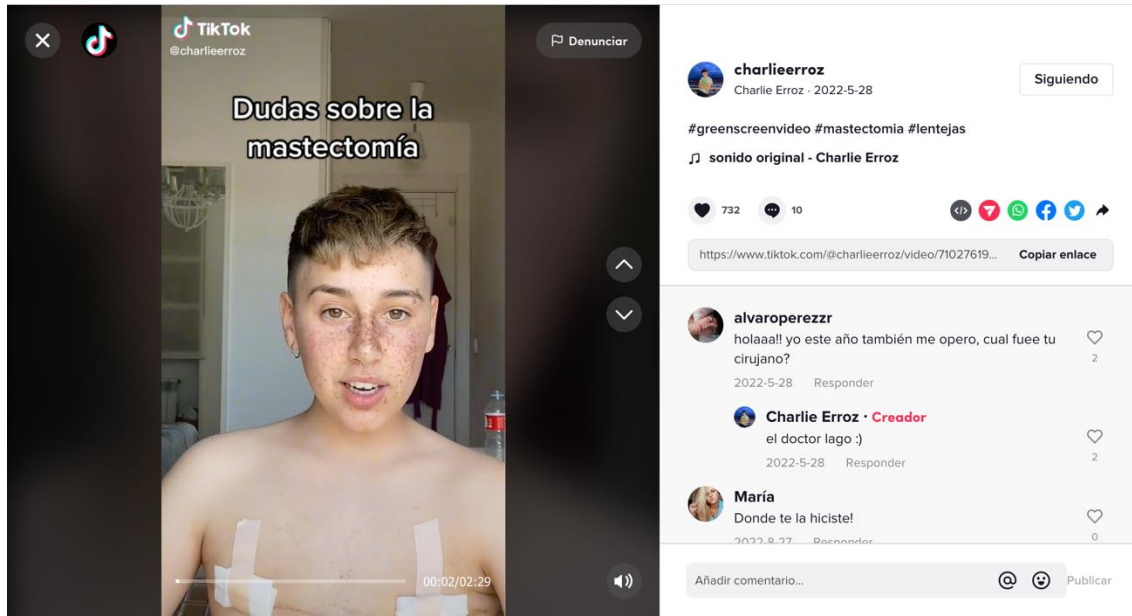


Nota: elaboración propia

Anexo 3

Figura 3

Producción del TikTok de @charlieerroz

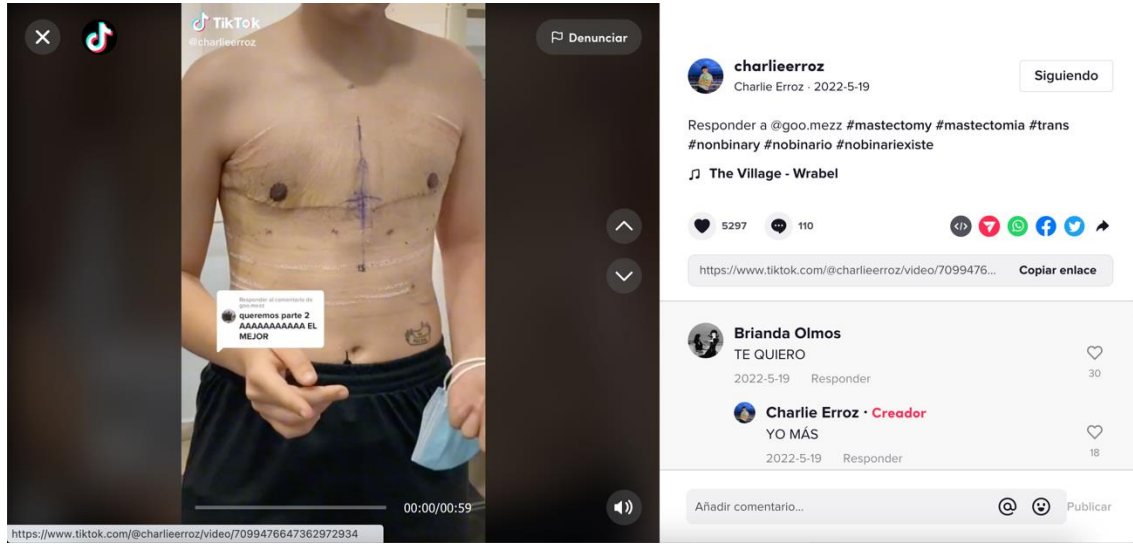


Fuente: @charlieerroz

Anexo 4

Figura 4

Producción del TikTok de @charlieerroz

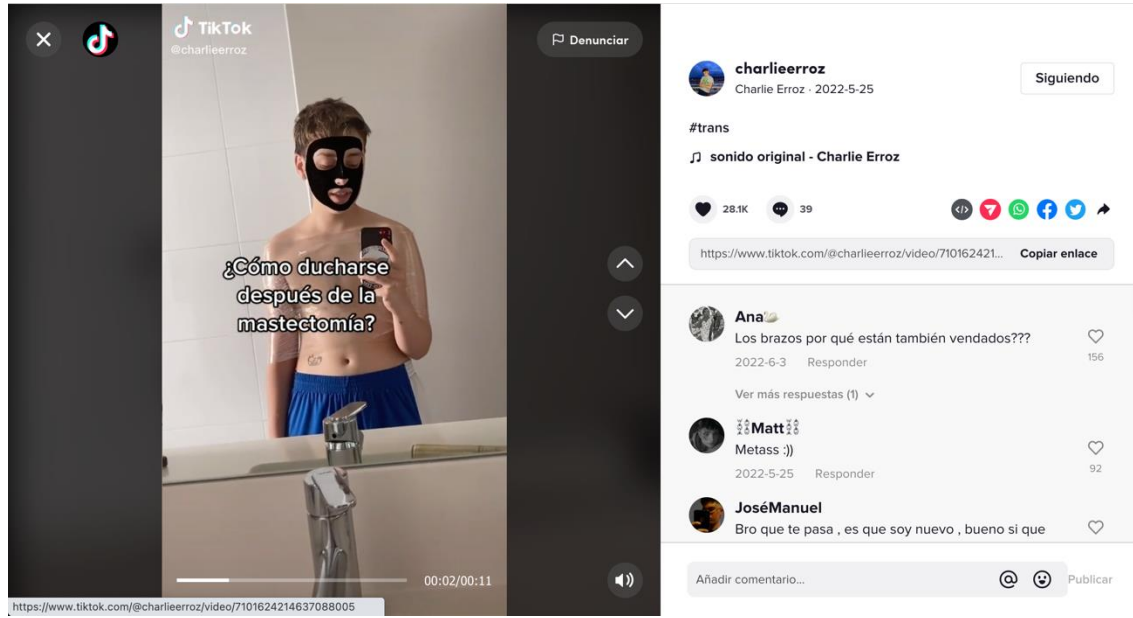


Fuente: @charlieerroz

Anexo 5

Figura 5

Producción del TikTok de @charlieerroz



Fuente: @charlieerroz

Anexo 6**Figura 6**

Producción del TikTok de @charlieerroz



Fuente: @charlieerroz

Anexo 7

Figura 7

Producción del TikTok de @charlieerroz

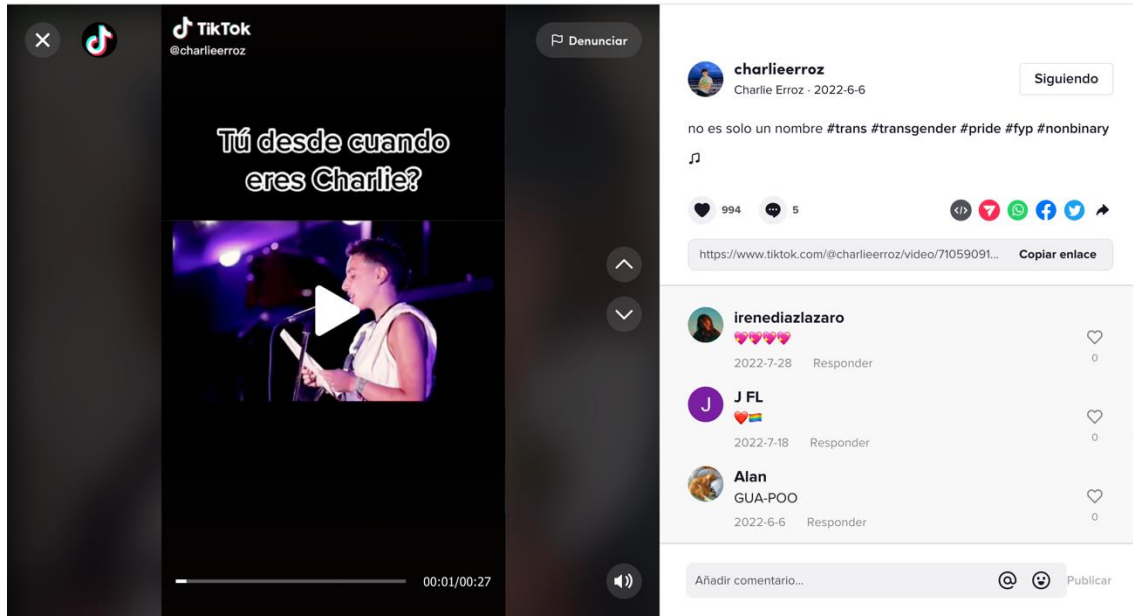


Fuente: @charlieerroz

Anexo 8

Figura 8

Producción del TikTok de @charlieerroz

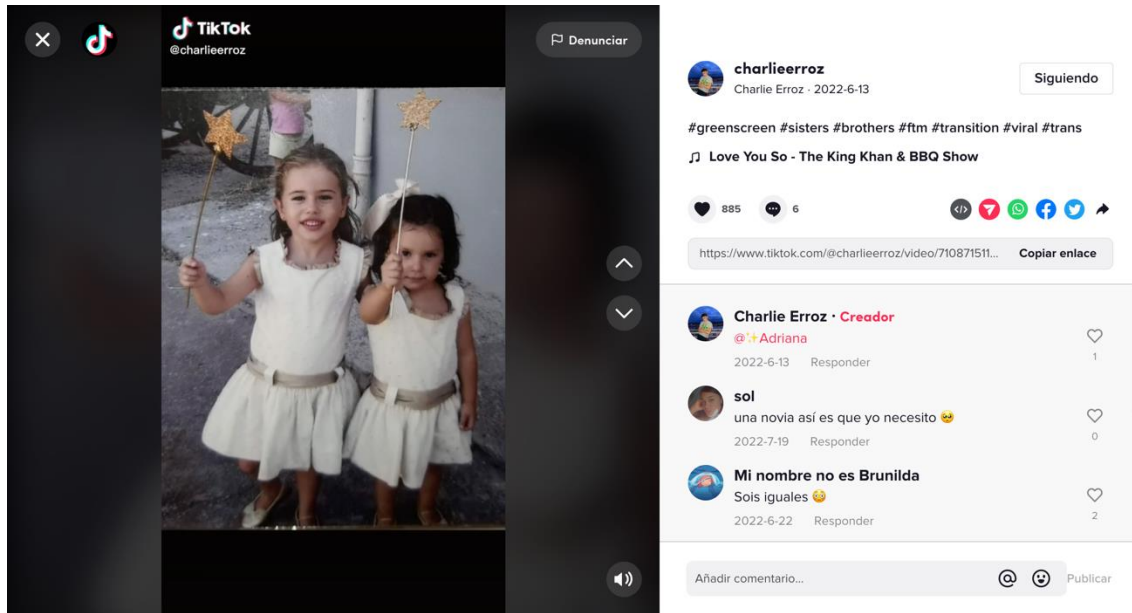


Fuente: @charlieerroz

Anexo 9

Figura 9

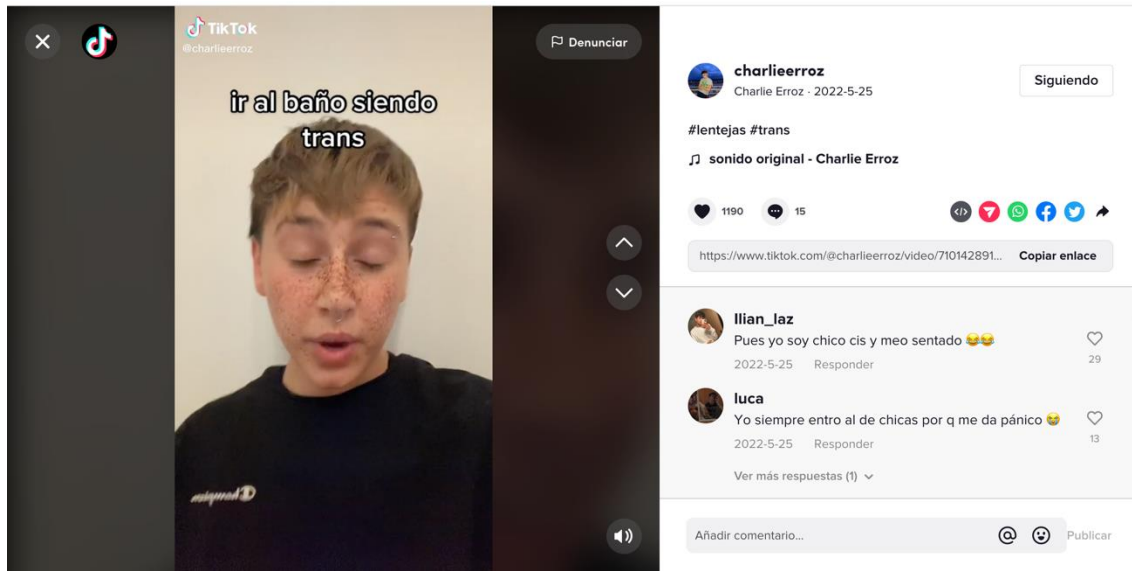
Producción del TikTok de @charlieerroz



Fuente: @charlieerroz

Anexo 10**Figura 10**

Producción del TikTok de @charlieerroz



Fuente: @charlieerroz

Anexo 11

Figura 11

Producción del TikTok de @charlieerroz

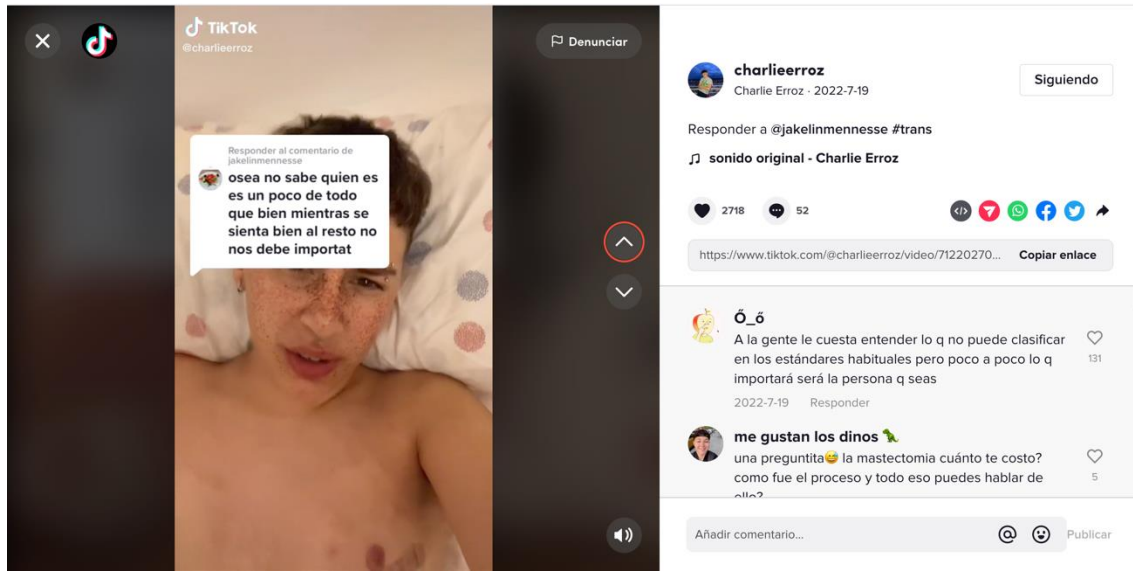
The image is a screenshot of a TikTok video. On the left, the video player shows a young man with short brown hair wearing a red and white horizontally striped t-shirt. He is looking directly at the camera. Overlaid on the video is the text: "cuando alguien me dice que estaba más guapo con tetas". The TikTok interface is visible around the video, including the "TikTok" logo, the username "@charlieerroz", and a "Denunciar" button. On the right side, the user's profile information is shown: "charlieerroz", "Charlie Erroz · 2022-5-22", and a "Siguiendo" button. Below this, the video's hashtags "#trans #igtb #lentejas" and the sound "original sound - user.1873373873291926" are listed. The video has 2192 likes and 10 comments. A link to the video is provided: "https://www.tiktok.com/@charlieerroz/video/71004902... Copiar enlace". The comment section shows two replies: "Lukas" asking "como va la recuperación?" and "Eidan Eóghan" asking "es tu voz???? @galuxy". At the bottom, there is a text input field "Añadir comentario..." and a "Publicar" button.

Fuente: @charlieerroz

Anexo 12

Figura 12

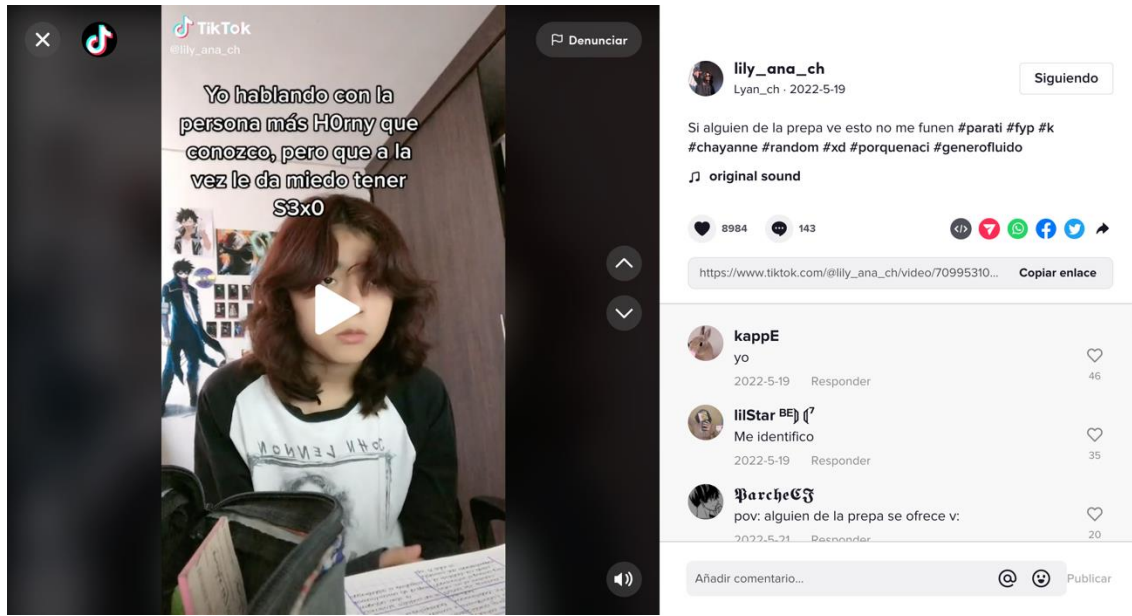
Producción del TikTok de @charlieerroz



Fuente: @charlieerroz

Anexo 13**Figura 13**

Producción del TikTok de @lily_ana_ch

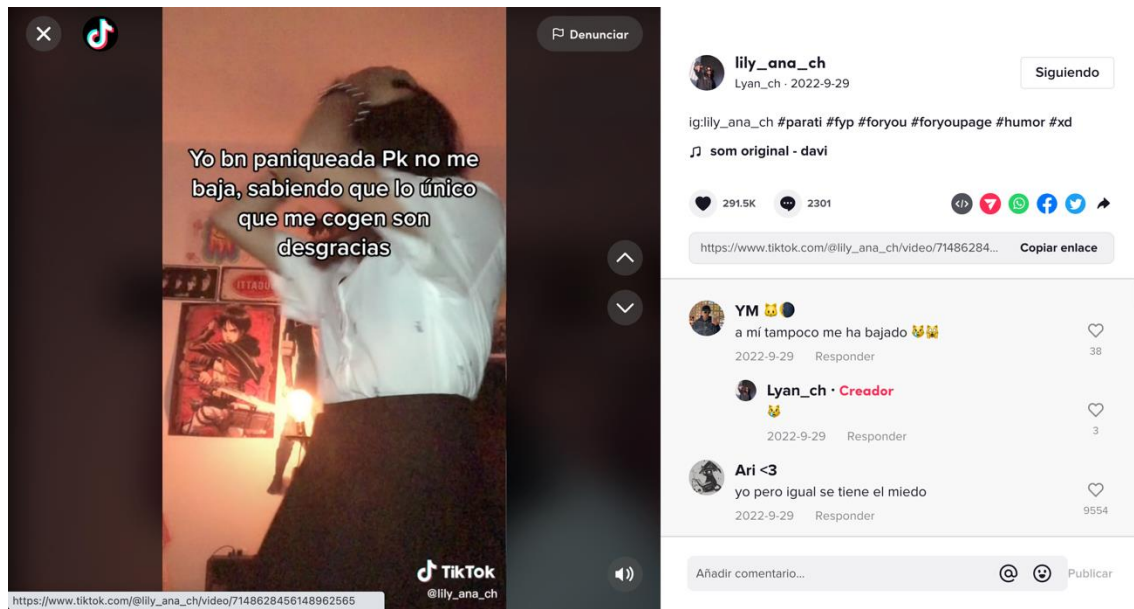


Fuente: @lily_ana_ch

Anexo 14

Figura 14

Producción del TikTok de @lily_ana_ch

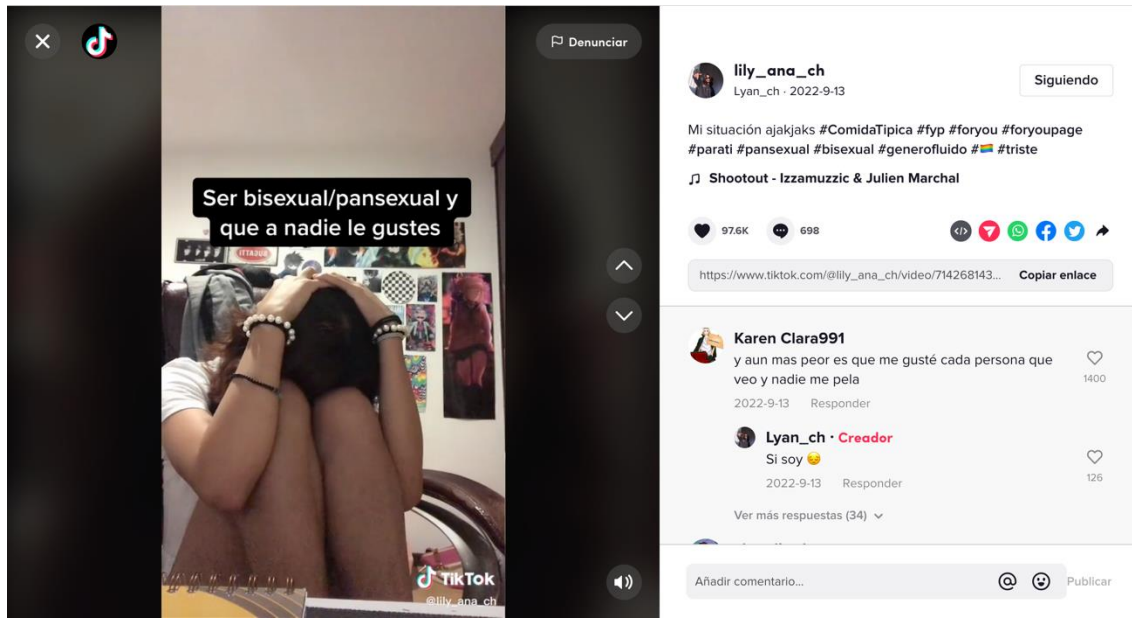


Fuente: @lily_ana_ch

Anexo 15

Figura 15

Producción del TikTok de @lily_ana_ch

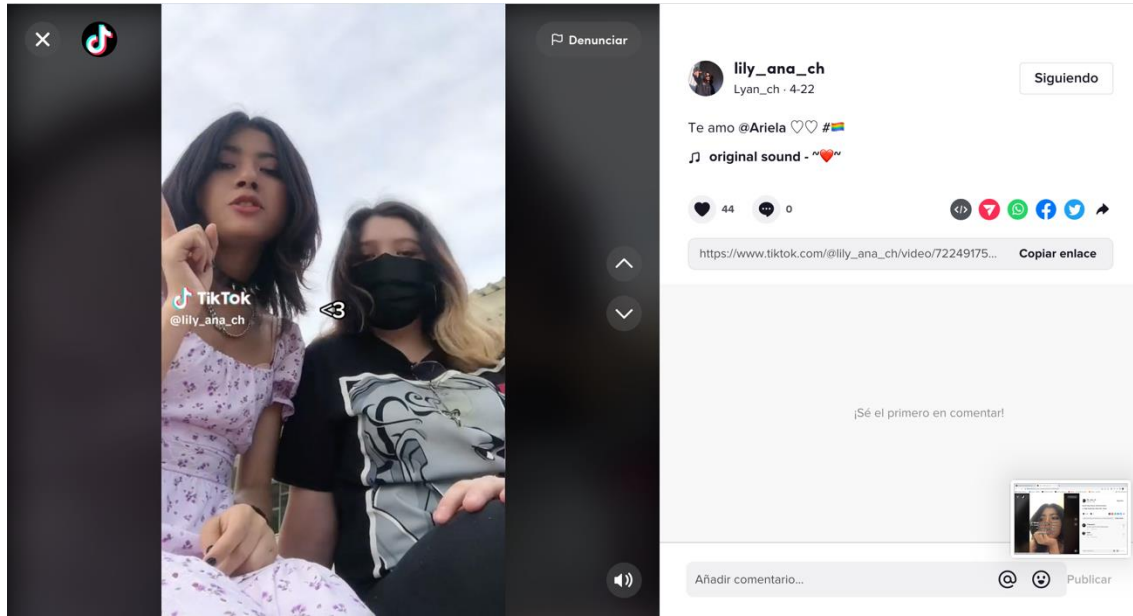


Fuente: @lily_ana_ch

Anexo 16

Figura 16

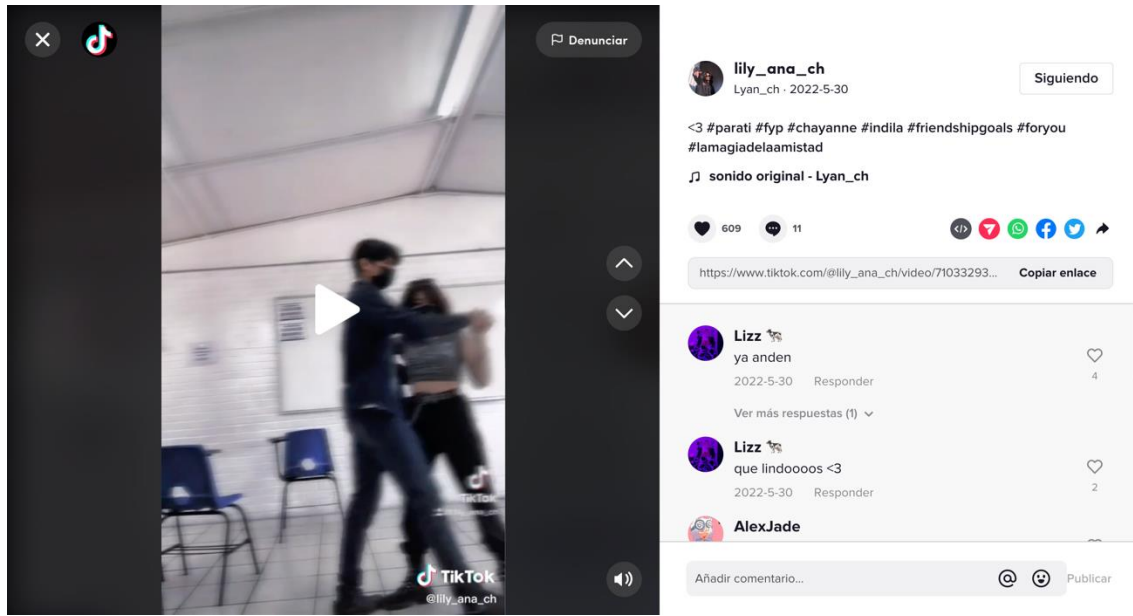
Producción del TikTok de @lily_ana_ch



Fuente: @lily_ana_ch

Anexo 17**Figura 17**

Producción del TikTok de @lily_ana_ch

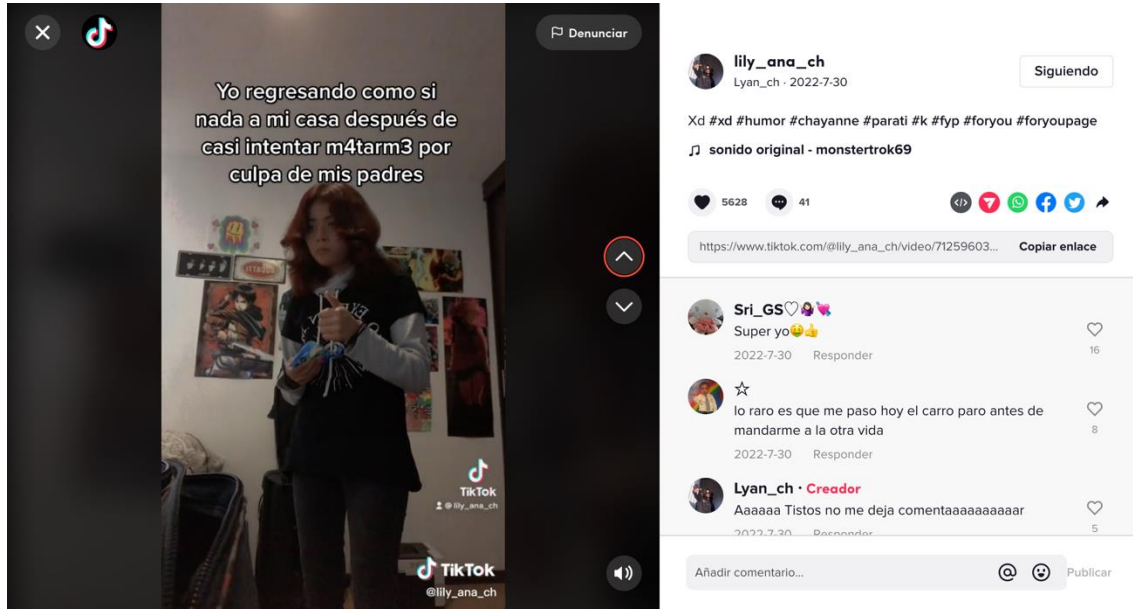


Fuente: @lily_ana_ch

Anexo 18

Figura 18

Producción del TikTok de @lily_ana_ch



Fuente: @lily_ana_ch

Anexo 19**Figura 19**

Producción del TikTok de @lily_ana_ch



Fuente: @lily_ana_ch