



TESIS DE MAESTRÍA “GÉNERO, SOCIEDAD Y POLÍTICAS PÚBLICAS”

PRIGEPP - FLACSO

Título: Narrativas antifeministas en TikTok:
un análisis discursivo de tópicos, actores y redes

Autora: Giselle Bordoy

Directora: Gabriela Sued

Argentina

2024

Para Ichi y Luca

Índice

Abstract	4
Presentación del problema de investigación	5
Hipótesis	7
Marco conceptual	7
Estrategias metodológicas	8
Estructura de la tesis	9
¿Por qué TikTok?	10
Una breve introducción a TikTok	11
Algoritmos y sistemas de recomendación	13
La calle online	23
Narrativas de autenticidad y persuasión directa	25
Hablar directamente a cámara	25
Testimonios e historias de vida	28
Entrevistas	33
Video reacciones	36
Narrativas de humor humor / parodia / ironía	40
Influenciadores e influenciados	43
Referentes conservadores	47
¿Qué nos dicen las etiquetas?	50
Cámaras de eco algorítmicas	57
Conclusión	58
Bibliografía	64
Anexo	68

Abstract

Este trabajo examina cómo los creadores de contenido de derecha utilizan TikTok para difundir y viralizar discursos sobre la "ideología de género". A través de un análisis de 81 videos con más de 500.000 visualizaciones, publicados entre agosto de 2022 y agosto de 2023, el estudio busca identificar las estrategias discursivas, visuales y performativas empleadas en la plataforma. Se hace un énfasis particular en el uso de parodias, humor e ironía para simplificar y distorsionar debates complejos sobre identidad de género y diversidad sexual, con el objetivo de atraer a audiencias jóvenes. También se aborda cómo la plataforma, con su arquitectura algorítmica, fomenta cámaras de eco que refuerzan las creencias preexistentes de las audiencias, limitando su exposición a perspectivas diversas. Estos contenidos no solo consolidan narrativas conservadoras, sino que contribuyen a la polarización del debate público y a la desinformación. Asimismo, se destacan las implicaciones de estos discursos en la percepción pública de la identidad de género y su rol en la perpetuación de estructuras de poder tradicionales

Presentación del problema de investigación

Las redes sociales, por su capacidad para segmentar audiencias y viralizar mensajes, se han convertido en un espacio privilegiado para la difusión de agendas políticas y culturales. En este contexto, los grupos de derecha han intensificado su presencia, utilizando plataformas como TikTok para promover sus ideologías y posicionar temas clave en el debate público. Esta red social, dada su naturaleza visual, su capacidad para generar interacciones rápidas y su popularidad entre las personas jóvenes, se ha convertido en un espacio clave para estas tácticas.

La presente investigación se enfoca en analizar las estrategias discursivas que los representantes de derecha emplean en TikTok, con especial énfasis en los videos etiquetados bajo el hashtag "ideología de género". Este término, acuñado inicialmente en círculos conservadores, ha ganado prominencia en los debates contemporáneos, siendo utilizado para cuestionar los avances de los movimientos feministas y LGBTQI+.

El análisis se centrará en videos publicados entre agosto de 2022 y agosto de 2023 que superan las 500.000 visualizaciones, seleccionados bajo el filtro de mejores (*top* en inglés), con el fin de identificar aquellos contenidos de mayor impacto en el ecosistema de TikTok, el corpus final está compuesto por 81 videos en español.

El problema central que esta investigación aborda es cómo los creadores de contenido vinculados a la derecha utilizan TikTok como plataforma para difundir y viralizar sus discursos en torno a la "ideología de género". Específicamente, se busca entender qué estrategias discursivas, visuales y performativas emplean para captar la atención de las audiencias, cómo estas tácticas se insertan en las dinámicas propias de la red social y como el uso de algoritmos favorecen la viralización de ciertos contenidos. También se examinará el impacto de estos discursos en la percepción pública sobre la identidad de género y la diversidad sexual.

De este modo, a lo largo de esta tesis de maestría se buscará responder las siguientes preguntas; ¿cómo se simplifican y distorsionan los debates sobre identidad de género en los videos? ¿De qué manera las estrategias retóricas y visuales contribuyen a la polarización del discurso y a la consolidación de ideologías conservadoras entre las personas de TikTok? Además, se investigará el papel que juegan los algoritmos en la promoción de estos contenidos y cómo la lógica de viralización influye en la consolidación de narrativas conservadoras en torno a la identidad de género.

Este análisis cobra relevancia en el contexto de un debate más amplio sobre el rol de las redes sociales en la amplificación de ideologías conservadoras, y ofrece una mirada crítica sobre cómo las nuevas derechas han adaptado sus discursos para captar la atención y el apoyo en entornos digitales vertiginosos y masivos.

Cabe destacar que si bien las redes sociales están en constante transformación debido a la rapidez con la que se generan contenidos, es crucial contar con un punto de anclaje teórico que nos de un marco de análisis que permita un análisis profundo y riguroso de estos fenómenos.

Estado de la cuestión

La bibliografía vinculada a TikTok y grupos conservadores no es muy extensa pero como adelantamos en el apartado anterior nuestro objetivo es establecer puntos de anclajes para estudiar los fenómenos presentes en los ecosistemas digitales más allá de los cambios incontenibles que se puedan dar. De este modo, se ha encontrado una serie de trabajos que dan una guía y proponen un estado de la cuestión que puede servir como mapa de ruta.

Para poder confeccionar parte del análisis de este trabajo se ha tomado como insumo el trabajo de "Comunicación política en TikTok: Podemos y VOX a través de los videos cortos" de Ruth Gómez de Travesedo-Rojas, Gil-Ramírez y Rocío Chamizo-Sánchez que analiza los 50 videos más vistos de las cuentas oficiales de ambos partidos, abordando las estrategias que emplean para captar la atención de la audiencia joven y generar impacto a través de esta plataforma. Otro texto que ha trabajado con contenidos de derecha en plataformas como TikTok y Grab es "La comunicación política de la derecha radical en redes sociales. De Instagram a TikTok y Gab, la estrategia digital de Vox" de Morilla Díaz, y Martínez Castro, en la cual se analiza cómo Vox, partido político español de extrema derecha, utiliza diferentes plataformas digitales como parte de su estrategia comunicativa. Por último se utilizó el texto de Candelaria Sgró Ruata, "Sexualidad, activismo conservador y redes socio-digitales" que analiza cómo los grupos conservadores han utilizado las redes sociales para oponerse a los avances en derechos sexuales y reproductivos, específicamente en Argentina. Si bien este texto no trabaja con la plataforma de TikTok plantea cómo estos movimientos se resignifican en el espacio digital y nos ha brindado una definición para categorizar a los grupos conservadores.

Lo que se propondrá agregar desde esta investigación es enmarcar el análisis desde una analítica cultural, utilizando técnicas digitales que permitirán hacer un estudio detallado

en torno al hashtag #ideologiadegénero en la plataforma TikTok. Se buscará profundizar la comprensión de lo que una persona puede encontrar al interactuar con el algoritmo de esta red social y cómo se insertan dentro de los contextos más amplios de la batalla cultural y la guerra simbólica entre sectores progresistas y conservadores.

Hipótesis

Este estudio sostiene que la arquitectura algorítmica de TikTok no prioriza la diversidad ni la calidad del contenido, sino que amplifica mensajes repetidos de otras plataformas, simplificados y polarizadores, lo que refuerza narrativas conservadoras y limita la exposición a perspectivas alternativas

Objetivos de la investigación

Cómo objetivo general del trabajo se buscará analizar los discursos presentes en los videos seleccionados e identificar las narrativas que el activismo conservador propone de los feminismos y diversidades y analizar los discursos presentes en los videos seleccionados para comprender sus alcances, determinar sus actores productores y comprender la influencia de los mecanismos técnicos de TikTok en la distribución de este discurso.

Objetivos específicos

- Comprender las diversas perspectivas, discursos y estrategias comunicativas empleadas por los creadores de contenido en TikTok.
- Examinar las estrategias empleadas en los videos, tales como el uso de lenguaje, tono, imágenes y recursos audiovisuales.
- Analizar las interacciones y comentarios de las personas usuarias en respuesta a los videos, evaluando cómo contribuyen al discurso general y si generan debates o consensos.
- Explorar posibles conexiones entre los discursos en TikTok y fenómenos más amplios en la sociedad.

Marco conceptual

El marco teórico de esta investigación se articula en torno a la intersección entre los estudios de género y las plataformas digitales, abordando cómo las dinámicas de poder y las identidades de género se manifiestan y transforman en estos entornos. La categoría de género, entendida como un sistema de poder, es central para desarmar las narrativas conservadoras que construyen la llamada "ideología de género" como una amenaza. Según Gamba (2021), el género es una categoría transdisciplinaria que permite explicar las desigualdades históricas entre hombres y mujeres, enfatizando la multiplicidad de identidades y el carácter fluido de las mismas. Judith Butler, por su parte, amplía esta comprensión con su teoría de la performatividad del género, que plantea que las identidades no son estáticas ni innatas, sino construidas discursivamente en contextos específicos (Butler, 2007).

En este marco, la convergencia entre los estudios de género y las plataformas digitales resulta un campo fértil para el análisis. Autores como Carlos Scolari y Eli Pariser permiten comprender el rol crucial de las arquitecturas y algoritmos de las plataformas en la amplificación de ciertos discursos. Pariser (2011) introduce el concepto de "filtro burbuja", describiendo cómo los algoritmos personalizan el contenido, reforzando creencias preexistentes y limitando la exposición a perspectivas alternativas y Scolari el de interfaz como un lugar de interacción donde circulan informaciones y acciones.

Más allá de eso se utilizará el concepto de ciberactivismo conservador presentado por Sgró Ruata (2021), quien lo caracteriza por el uso estratégico de las redes sociales para oponerse a las demandas de movimientos feministas y de diversidad sexual. También se usará el concepto de "ideología de género", término popularizado en América Latina en la década de 1990 y ha sido instrumentalizada por grupos conservadores para crear un antagonismo entre los derechos de las diversidades y los valores tradicionales.

Estrategias metodológicas

Para poder llevar a cabo este análisis la técnica de investigación seleccionada es el scraping textual. Este método, fundamentado y facilitado por software especializado, se ha empleado para el procesamiento, análisis e interpretación de grandes volúmenes de datos culturalmente relevantes. El scraping textual implica la extracción automática de datos de sitios web, los cuales se tratan como información valiosa para el estudio. Además, se han utilizado APIs (Interfaces de Programación de Aplicaciones) que permiten la comunicación

entre dos programas: el que proporciona la información y el que la recolecta. Este procedimiento ha sido instrumental para investigar los discursos en redes sociales sobre las movilizaciones de mujeres mencionadas.

La herramienta utilizada para hacer esta recopilación de datos fue Octoparse, un moderno software de extracción visual de datos web que se empleó como instrumento principal para la recolección sistemática de datos en TikTok. Este proceso de relevamiento de datos permite extraer una muestra representativa de videos, comentarios y metadatos asociados, facilitando un análisis profundo de las interacciones digitales dentro de la plataforma sin estar sesgado por la mirada humana. A la hora de confeccionar la muestra se estableció un algoritmo que recopiló el hashtag (etiqueta) #ideologíadegénero. La elección de Octoparse se justifica por su capacidad para automatizar este proceso de recolección de datos, asegurando la objetividad y reproducibilidad de los resultados.

No obstante, hay que tener en cuenta que a la hora de armar la muestra a ser estudiada, la misma no accedió a videos de cuentas privadas. Además, se deben reconocer las limitaciones inherentes al scraping automatizado, como posibles sesgos en la selección de datos y la necesidad de validar los hallazgos con métodos complementarios de análisis cualitativo. De este modo, luego de recopilar todos los videos se realizó un visionado manual para validar que fuera relevante para el análisis que se presentará en los sucesivos apartados.

El marco metodológico descrito refleja una convergencia entre las técnicas digitales y el análisis cultural. Al integrar métodos como el scraping textual y el uso de APIs, se asegura una recolección y análisis de datos que no solo es exhaustivo sino también preciso, permitiendo una exploración profunda de los fenómenos digitales contemporáneos. La adopción de herramientas avanzadas como Octoparse facilita un proceso sistemático y reproducible, crucial para mantener la objetividad en el estudio de interacciones en plataformas sociales como TikTok.

Este enfoque metodológico no está exento de desafíos, como la potencial presencia de sesgos en la selección de datos y la necesidad de validación cualitativa complementaria. Sin embargo, al reconocer y mitigar estas limitaciones, se garantiza una investigación robusta y confiable.

Estructura de la tesis

Se organizará el presente trabajo en tres capítulos; en el primero se analiza cómo la arquitectura algorítmica de TikTok, junto con sus reglas comunitarias, favorece la difusión de discursos conservadores sobre la identidad de género. A través de la plataforma, se

amplifican mensajes simplificados y polarizadores dirigidos a audiencias jóvenes con afinidades ideológicas preexistentes. TikTok no prioriza la diversidad ni la calidad del contenido, sino que, mediante sus algoritmos de recomendación, refuerza narrativas conservadoras, limitando la exposición de las personas usuarias a perspectivas alternativas y contribuyendo a la creación de burbujas informativas que intensifican la polarización.

En el segundo apartado se examinan las estrategias discursivas utilizadas por representantes de la derecha en TikTok, centrándose en videos que abordan la "ideología de género". A través de un análisis detallado de 81 videos seleccionados mediante scraping automatizado, se identifican patrones discursivos que incluyen narrativas de autenticidad y persuasión directa, video reacciones, narrativas de humor, parodia e ironía. A lo largo de este capítulo se muestra que estos videos emplean estrategias de persuasión directa y apelación emocional, destacando la simplificación de debates complejos sobre género y la reafirmación de valores conservadores.

En el tercer capítulo se pondrá el centro en el rol de los creadores de contenido de derecha, destacando cómo utilizan la plataforma para amplificar sus mensajes. Estos influenciadores, muchos de ellos anónimos, emplean el formato viral de TikTok para difundir sus discursos. Además se analiza la interacción entre viralidad y anonimato, que permite a estos creadores alcanzar audiencias masivas sin exponer sus identidades personales. A lo largo de este apartado también se examina el impacto de referentes conservadores como Agustín Laje, Ben Shapiro y Emmanuel Dannan, quienes a menudo ven sus mensajes replicados por múltiples cuentas. Por último se aborda también cómo el uso de hashtags ideológicos y técnicas algorítmicas refuerza burbujas informativas, favoreciendo la proliferación de discursos conservadores y polarizantes en la plataforma.

En la conclusión del trabajo se puntualizan las características encontradas a lo largo del análisis. Se destaca cómo TikTok se ha convertido en un espacio clave para la difusión de discursos conservadores y como se aprovecha la arquitectura algorítmica para amplificar sus mensajes, generando cámaras de eco que refuerzan creencias preexistentes. También se resalta cómo estos contenidos tienden a simplificar debates complejos sobre la identidad de género y perpetúan narrativas tradicionales, contribuyendo a la polarización y la desinformación.

¿Por qué TikTok?

Al elegir el objeto de estudio de este proyecto, se definió que sean los videos de la red social TikTok, ya que es un campo de estudio que es necesario comprender en profundidad. Esta red social ha emergido como una de las plataformas digitales más influyentes de la última década, especialmente entre las generaciones más jóvenes. En términos globales las personas que más consumen esta plataforma¹ están entre los 18–24 años con un 29,8% y las personas entre 25-34 con un 23,1% siendo su población mayoritariamente de la generación Z. Con su formato de videos cortos y su capacidad para viralizar contenidos rápidamente, TikTok no solo ha transformado la manera en que consumimos entretenimiento, sino también cómo se manifiestan y se negocian las identidades y las relaciones sociales. En este contexto, el análisis de la plataforma se vuelve crucial cuando abordamos temas de género, ya que es un terreno fértil para formar diferentes imaginarios sociales. Las personas usuarias que crean y comparten contenido en TikTok pueden abogar por visibilizar la diversidad de las luchas de la comunidad LGBTQ+ como también puede cuestionar las construcciones tradicionales de género, establecer noticias falsas y desinformación. En este sentido, la plataforma ofrece una oportunidad única para observar cómo se desarrollan y se difunden discursos de género en tiempo real y cómo puede ser viralizado sin importar quién es el emisor que propone el mensaje. Esto se debe a que gracias a los algoritmos de recomendación, las personas usuarias se ven expuestas a una amplia gama de contenidos que pueden influir en sus percepciones y comportamientos. De esta manera, el análisis de estos videos proporciona una ventana invaluable para entender cómo se están formando y transformando las concepciones de género en la sociedad contemporánea.

En este trabajo, se llevará a cabo un análisis detallado de una selección de videos de TikTok, con el objetivo de explorar qué discursos vinculados a la “ideología de género” se proponen en la plataforma. Se prestará especial atención al tipo de contenido y personas usuarias que emiten determinados mensajes, la manera en que se representan los roles de género, las interacciones entre personas usuarias y las respuestas de la audiencia. Al examinar estos aspectos, se espera aportar una comprensión más profunda de la importancia de esta red social como un espacio significativo para el estudio de los temas de género, y cómo este conocimiento puede contribuir a un mayor entendimiento de las complejidades de las identidades de género en la era digital.

¹<https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/>

Una breve introducción a TikTok

La red social es originaria en China en el año 2016, y fue lanzada de manera internacional tanto en Android como IOS en el año 2017. La misma ha tenido un crecimiento abrumador desde su entrada al mercado global, pero fue gracias a su asociación con Musical.ly en el 2018 que su crecimiento ha aumentado de manera exponencial. Esto se explica por la naturaleza de Musical.ly, esta era una red que permitía la creación de videos de 15 a 60 segundos, donde se podía elegir diferentes pistas de sonido para acompañarlos y se podía agregar filtros y efectos preestablecidos. Al fusionarse, TikTok adoptó estas características e hizo que el crecimiento de la misma se volvería exponencial, llegando a más de a 1.5 millones de usuarios activos y a más de 4 mil millones de descargas en el 2023².

Para adentrarnos más en las características propias y actuales de la plataforma, se puede mencionar que el producto central son los videos de corta duración enfocados en el contenido viral. Además cuenta con transmisiones en vivo en la plataforma y galerías de imágenes. La red social ofrece una amplia gama de herramientas de edición que incluyen filtros, efectos especiales, y música de fondo, lo que permite a las personas usuarias personalizar sus videos. Esta capacidad de *aggiornarse* a consumos culturales actuales hace que se retroalimente con la industria cultural y está también empieza a pensar en productos que puedan ser viralizados en TikTok.

Otra característica que permitió hacer popular a la red social fue la posibilidad de descargar sus videos y los mismos sean subidos a otras plataformas. Ha sido una práctica habitual ver videos virales de TikTok en productos de la empresa Meta (Facebook, Instagram o WhatsApp). Tener la capacidad de reproducción por fuera de la plataforma de origen hace que los contenidos se vuelvan virales por fuera de la misma y lleguen a otras audiencias más diversas. La viabilidad y diálogo con el ecosistema de medios digitales hace que haya una masividad de la plataforma, lo cual se traduce en que la misma se encuentre disponible en 155 países y en treinta y nueve ³ idiomas diferentes. En términos demográficos, según Bloomberg⁴ el 52% de la audiencia son varones contra un 48% de mujeres no dando datos de diversidades ni personas no binaries.

Sobre los contenidos de los videos, es importante destacar que la plataforma es conocida por sus desafíos virales que incluyen bailes, *get ready with me* (preparate conmigo)

² <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/>

³ <https://tridentstechnology.com/tiktok-user-statistics/>

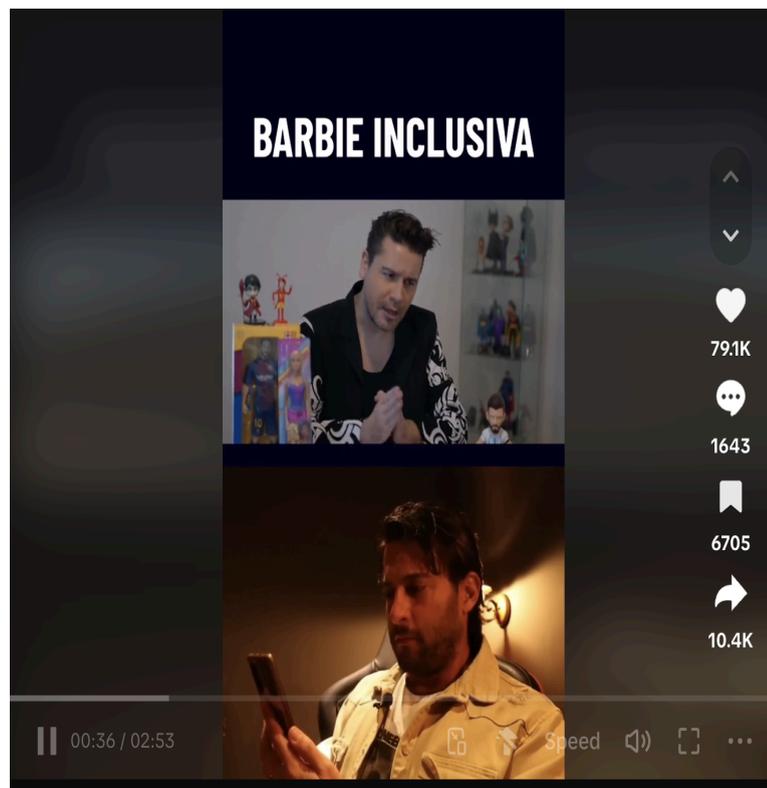
⁴ <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-09-30/tiktok-users-in-uk-germany-france-italy-norway-ages-se-reentime-open-rates>

como en tendencias en estilos de videos de los más diversos dependiendo del lugar en el mundo donde los usuarios se encuentren utilizando la plataforma. Esta geolocalización de los contenidos y posibilidad de adaptación a la tendencia local hace que sea mucho más sencilla la viralización de los mismos en la plataforma.

Algoritmos y sistemas de recomendación

Al hablar de las audiencias, las mismas pueden interactuar con el contenido de otros a través de comentarios, pueden colocar “me gusta”, guardar los videos y compartirlos con otros de manera privada.

Figura 1. Interfaz de TikTok



En la siguiente captura podemos ver diferentes íconos en el lado derecho de la pantalla. A continuación hacemos una descripción de cada una de ellos.

Corazón 	Sirve para dar cuenta que gustó un video de la plataforma.
Globo de diálogo 	En esta sección las personas usuarias de la plataforma pueden dejar sus comentarios sobre los videos.
Símbolo de guardado	Permite guardar videos en nuestra cuenta.
Flecha de compartido	Permite compartir los videos a otras personas usuarias con las que compartimos red.

El informe “Domar el algoritmo: desafíos para la salud mental y la privacidad en el uso de TikTok” realizado por Amnistía Internacional (2023) se refiere un poco más al tipo de persona usuaria que la plataforma apunta:

TikTok toma a cada usuaria/o como unidad aislada y le provee contenidos acordes al procesamiento de su huella digital, en base al registro que la compañía realiza dentro y fuera de la plataforma. Dentro de la plataforma, a través de lo más obvio que son los videos vistos, el tiempo de exposición, las reacciones (comentarios, guardado, etc.), así como otras variables como los géneros y temáticas, palabras clave buscadas u operadas. Y fuera de la plataforma a través del acceso a geolocalización (incluso si el teléfono la tiene desactivada o si el usuario no lo autoriza explícitamente), lo que comprende la ubicación basada en tarjeta SIM o dirección IP, contactos, compras y transacciones, búsquedas externas y otros datos personales (2023, p. 17).

Al ser una plataforma que prioriza el visionado de videos, se caracteriza por tener un scroll infinito y habilitar el “doomscrolling” actividad que puede ser entendida como la actividad de scrollear la pantalla sin parar, generando una sensación de ansiedad o vacío. El tener acceso a datos personales hace que su sistema de recomendación sea mucho más certero que otras plataformas. En el mismo informe se habla de otros accesos a los datos de las personas usuarias:

TikTok reconoce el resto de las aplicaciones instaladas en un dispositivo móvil y accede a datos del sistema operativo Android e iOS. También puede leer mensajes de correo electrónico y de aplicaciones que no encriptan *end to end* los mismos. La extracción de datos de la plataforma no puede desactivarse. Su política de privacidad es poco respetuosa de los datos personales y de la información generada por las personas usuaria: la plataforma recopila todos los intercambios que tienen lugar en ella (lo cual es común a otras redes sociodigitales). Además, extrae “información inferida” con base en variables como intereses,

gustos y motivaciones, género y rango etario; información técnica sobre el dispositivo móvil, dirección IP, proxy, operador de telecomunicaciones, zona horaria, tipo de red, identificadores del dispositivo, nombres y tipos de aplicaciones y archivos, patrones o ritmos de pulsación de teclas, estado de la batería, configuración de audio y dispositivos de audio conectados (2023, p. 17).

¿Por qué es importante referirse al tipo de datos que extrae la plataforma para recomendar a las personas usuarias? Según se sigue explicando en el informe de Amnistía Internacional TikTok transformó el modo de buscar información y contenido, la transformación de esta práctica es atribuida principalmente a la posibilidad de construir verosimilitud sobre la información buscada (2023, p. 38) y la capacidad de TikTok de transmitir información en un tiempo reducido. Este consumo de contenido en formatos breves es algo que Carlos Scolari (2020) denomina Cultura Snack, como el fenómeno en el que el consumo de contenido se caracteriza por piezas cortas, rápidas y fácilmente digeribles, similares a los snacks alimenticios. TikTok es la prueba de consumos digitales donde se prioriza la rapidez y la brevedad de los contenidos.

En base a la capacidad que tiene la aplicación de reconocer y establecer los gustos personales de las personas el buscador de la aplicación puede decidir sin control humano cuáles son los resultados apropiados para cada persona usuaria, a partir del trabajo de domesticación del algoritmo, en oposición al contenido patrocinado que tiene cada vez mayor incidencia en los resultados que arroja el motor de búsqueda de Google (2023, p. 38).

Que la plataforma genere un ambiente propicio para establecer maneras de comportarse en línea no es algo casual, sino que se trata de lo explicado por Lessig (2001) en *El código y otras leyes del ciberespacio*. El autor explica que hay cuatro modos de regulación de una conducta: las leyes, las normas, el mercado y la arquitectura. La ley es una orden respaldada por la amenaza de una sanción aunque también expresa los principios de una comunidad, las normas consisten en múltiples sanciones sutiles que los miembros de una comunidad se imponen entre sí, el mercado establece los límites a la libertad a través del precio y la arquitectura regula de un modo particular el espacio, establece que se puede y qué no se puede hacer y demarca los límites entre lo público y lo privado. De este modo, en las redes sociales rigen lo que se conoce como los términos de uso o servicios para entender qué es lo permitido o no dentro de este ecosistema digital específico y de este modo establecer la ley y normas para que las personas usuarias generen e interactúen con los contenidos. La plataforma de videos no está exenta de la misma y en la sección quinta de sus términos de uso tiene reglas vinculadas a temas de género:

No podrá intimidar o acosar a otros, o promocionar material sexualmente explícito, violencia o discriminación en función de raza, género, religión, nacionalidad, discapacidad, orientación sexual o edad (actualización febrero 2024⁵).

Pero en los mismos términos y condiciones también se agrega en un apartado más abajo:

Nos reservamos el derecho, en cualquier momento y sin previa notificación, a negar o deshabilitar el acceso al contenido a nuestra discreción con o sin justificación. Algunos de los motivos por los cuales podríamos negar o deshabilitar el acceso al contenido pueden incluir encontrar contenido cuestionable, en violación de estos Términos o de nuestras Normas de la comunidad, o que de otro modo, sean dañinos a los Servicios o a nuestros usuarios (actualización febrero 2024⁶).

La falta de especificidad y de herramientas de moderación en los términos de uso de TikTok puede llevar a interpretaciones amplias y, en última instancia, a una protección inadecuada para las personas de diversas identidades de género. Al decir que se “reservan el derecho a negar o deshabilitar el acceso a su discreción y sin justificación previa” limita el potencial de la plataforma como un espacio seguro para el activismo y la educación en temas de género, afectando la agenda feminista y de las diversidades.

Las plataformas deberían establecer maneras seguras de habitar y transitar los espacios digitales pero en cambio han evitado históricamente convertirse en moderadoras explícitas de contenidos, aunque esta función es ejercida de modo implícito a partir de la jerarquización y filtrado de información ejercida por los algoritmos de recomendación. En este punto retomamos a Lessig, quien afirma que la arquitectura de los espacios virtuales, cuya materialidad es el código o el software, permite o restringe deliberada e intencionalmente nuestras conductas en el ciberespacio. La política se aplica a través de la tecnología (2001, p. 152). TikTok con su ausencia de políticas claras sobre violencia de género y acoso genera un entorno ambiguo y gris a la hora de generar contenidos que permite que la violencia, desinformación sean más sencillas y accesibles para un público indeciso o con tendencias a desarrollar pensamientos conservadores. Por eso es importante entender que el algoritmo de la plataforma no brindará contenidos diversos y diferentes sino que reafirmará sesgos y condiciones preexistentes que estén en el historial de búsqueda de quiénes consumen la plataforma. No se trata de brindar algo novedoso o nuevas maneras de ver el mundo sino como agrega el informe de Amnistía:

⁵ Sección 5: Su acceso y uso de nuestros servicios: <https://www.tiktok.com/legal/page/row/terms-of-service/es>

⁶ Sección 5: Su acceso y uso de nuestros servicios: <https://www.tiktok.com/legal/page/row/privacy-policy/es>

La programación algorítmica de TikTok busca, como el resto de las redes sociodigitales, retener a los usuarios en la plataforma, porque el tiempo que pasan en la aplicación se traduce en mayor cantidad de datos para explotar por parte de la compañía. El modelo de negocios es, principalmente, transformar esos datos en perfiles para colocar publicidad dirigida o conductual (2023, pág. 17).

Si volvemos a las condiciones de uso de la plataforma, en su apartado de Políticas de privacidad⁷, en la sección “Cómo usamos su información” hay dos apartados donde se menciona el tema de contenidos y privacidad:

Para personalizar el contenido que ve cuando utiliza la Plataforma. Por ejemplo, podemos proveerle servicios basados en la configuración del país que ha elegido o mostrarle contenido similar al contenido al que le ha dado “me gusta” o con el que ha interactuado.

Más adelante en el mismo apartado se habla de las interacciones con otros:

Para apoyar las funciones sociales de la Plataforma, lo cual incluye permitirle a Usted y a otras personas conectarse entre sí (por ejemplo, a través de nuestra función Encontrar amigos) y compartir si Usted está activo en la Plataforma (y otra información que elija compartir) con sus amigos, para proporcionar nuestro servicio de mensajería si elige usar esta función, sugerir cuentas a Usted y a otras personas, y para que Usted y otras personas compartan, descarguen e interactúen de otro modo con el Contenido del usuario publicado a través de la Plataforma.

En estos apartados se reafirma que no hay una diversidad en la cantidad ni calidad de los contenidos que la plataforma ofrece a sus personas usuarias lo que genera un caldo de cultivo adecuado que Eli Pariser (2011) denominó filtros burbuja. Estar dentro de un filtro burbuja ocasiona varios problemas significativos, ya que se intensifica la polarización al mostrar solo contenido que refuerza creencias existentes, dificultando la comprensión de otras perspectivas. Esto puede llevar a la propagación de desinformación y noticias falsas, al estar limitada la exposición a fuentes diversas donde las personas usuarias pueden quedar atrapados en ecosistemas de información cerrados, reduciendo su capacidad para aprender sobre temas nuevos o complejos. Los filtros burbuja también refuerzan el sesgo de confirmación, donde las personas solo buscan y crean información que confirma sus ideas previas, lo que puede fomentar un sentido de aislamiento social al reducir la interacción con diferentes opiniones y experiencias limitando la exposición limitada a puntos de vista opuestos lo que ocasiona que se disminuya la capacidad de análisis y pensamiento crítico.

⁷ <https://www.tiktok.com/legal/page/row/privacy-policy/es>

Lauren Church (2022) en su tesis “TikTok’s Impact on Political Identity among Young Adults in the United States” también acompaña esta tesis y explica que la exposición a la información política a través de los medios sociales afecta a las creencias políticas y al compromiso de los individuos (p. 1). En su investigación muestra que los medios sociales cultivan más la polarización entre los individuos de los grupos de identidad política que la comunicación en persona. En el mismo estudio explica:

Este fenómeno, que minimiza la exposición de las personas usuarias a actitudes diversas al maximizar la interacción entre usuarios de ideas afines, enmarcando y reforzando una narrativa compartida”, crea “cámaras de eco” entre los grupos de identidad política (2022, p. 4).

No obstante, Church explica que no es igual el abordaje y la cámara de eco varía dependiendo de la red social y hace una salvedad particular para TikTok:

Sus políticas de moderación de contenido más laxas en comparación con otras redes sociales, su gran afluencia de personas usuarias en un corto período de tiempo y su creciente popularidad en medio de una pandemia global y una polarización política nacional acentuada hicieron de TikTok una plataforma importante para mensajes políticos controvertidos. Los videos políticos creados y publicados por usuarios aleatorios (no afiliados públicamente a un partido o financiador) se han vuelto virales en la aplicación y han atraído a un público leal de usuarios que interactúan o crean contenido similar, generando una especie de ‘cámara de eco’ de creencias políticas homogéneas en sus feeds individuales. Este fenómeno no se limita a TikTok, han encontrado estudios previos, aunque el algoritmo y el contexto de la aplicación pueden favorecer este efecto (2022, p. 8).

Si bien la autora trabaja con el contexto de Estados Unidos de Norteamérica y se refiere particularmente al momento en que Donald Trump fue presidente de ese país, hay tendencias que se pueden recuperar para el análisis y los objetivos de esta tesis. En la comunidad latinoamericana que estudiamos, la pandemia, la polarización de los discursos vinculados a la perspectiva de género y el avance de los grupos conservadores en América Latina son algunas de las tendencias que avivan los sesgos de confirmación de discursos conservadores. No obstante, esto no se dio solamente por el aislamiento impulsado en diferentes países de América Latina, sino que la misma exacerbó una tendencia que ya se venía gestando. En este sentido cabe destacar y recordar el momento en que grupos ultraconservadores brasileños trataron de evitar la visita de Judith Butler a San Pablo y hasta quemaron una imagen de la filósofa acusándola de bruja (Reguero Ríos, 2017). Este no ha sido el único ataque que ha recibido la referente feminista:

En 2016, el Papa Francisco exacerbó el discurso: “Estamos experimentando un momento de aniquilación del hombre como imagen de Dios”. El Papa incluyó dentro de esta desfiguración “la ideología de ‘género’” y exclamó: “Hoy en día, en los colegios les están enseñando a los niños, ¡a los niños!, que todos pueden elegir su género”. Finalmente, Francisco dejó en claro lo que estaba teológicamente en juego: “Dios creó al hombre y a la mujer; Dios creó el mundo de una cierta manera... y estamos haciendo exactamente lo contrario” (Butler, 2019).

La autora propone que no existe una identidad de género innata o natural, sino una “performatividad” de género, donde es a través del lenguaje que los sujetos construyen sus identidades (Butler, 2007), esta perspectiva desafía las nociones tradicionales de género, colocándose en la mira de grupos ultraconservadores que han ido en aumento en todo el mundo. En particular, en América Latina, donde prevalece una fuerte tradición católica, estas ideas han generado una intensa resistencia.

Los grupos conservadores ven en la teoría de la performatividad una amenaza a los valores tradicionales y a las estructuras sociales establecidas, lo que ha llevado a un debate cultural y político significativo. Este enfrentamiento refleja una lucha más amplia sobre la definición y el control de las identidades de género en un contexto global cada vez más polarizado lo cual reafirma que las personas usuarias pueden caer en cámara de eco o filtros burbujas lo cual reafirma sesgos.

En este caso es crucial entender que la arquitectura de la red tiene un papel central a la hora de dar a conocer cierto tipo de contenidos. Carlos Scolari, en su libro *Las leyes de la interfaz* (2021) plantea que el diseño y uso de una interfaz son prácticas políticas. De este modo, cuando una plataforma no regula contenidos, ni tiene reglas claras ante el acoso hay una intencionalidad por detrás que puede o no estar vinculado a posicionamientos políticos donde es importante destacar, ya que las plataformas digitales se han convertido en espacios políticos de construcción de sentido.

Sobre este punto, la plataforma de TikTok tiene unos lineamientos llamados “Principios de la comunidad”⁸ compuestos por ocho principios de la comunidad que se basan en la seguridad y en su compromiso con el respeto de los [derechos humanos](#). Entre los mismos se encuentran:

- **Prevenir daños:** Nuestra prioridad es velar por la seguridad de TikTok y por que sea un entorno propicio para la diversión. Tenemos en cuenta las distintas formas en que ciertos contenidos o comportamientos pueden afectar a nuestra

⁸ <https://www.tiktok.com/community-guidelines/es/community-principles>

diversa comunidad. Se incluyen los daños físicos, psicológicos, económicos y a la intimidad, así como los daños sociales. Para lograr el equilibrio justo entre lo expuesto anteriormente y la libre expresión, restringimos el contenido solo cuando es necesario y de forma que afecte lo menos posible a la libertad de expresión.

- **Permitir la libre expresión:** La fuerza de esta increíble comunidad reside precisamente en la creatividad que surge de la libre expresión. Para respetar este principio, ofrecemos la oportunidad de compartir contenido de forma gratuita en nuestra plataforma a la vez que actuamos de forma proactiva ante cualquier comportamiento que pretenda coartar la libre expresión de los demás. Dicho esto, la libertad de expresión no es un derecho absoluto, sino que siempre se tiene en cuenta con relación a su potencial de infligir un daño, y no se hace extensiva al derecho de que un determinado contenido se promocioe en el Feed Para Ti.
- **Fomentar el civismo:** El civismo fomenta el respeto entre las personas y contribuye a que las comunidades prosperen. En ocasiones, la forma en la que nos relacionamos en Internet puede dificultar el mantener interacciones positivas con otros usuarios, por lo que garantizar el civismo en TikTok es una condición indispensable para el cumplimiento de nuestra misión. Para ello, es necesario respetar la dignidad inherente a cada persona y comportarnos como lo haríamos cara a cara. Para habilitar un espacio que propicie la libre expresión, damos más margen a la crítica social de las [personas públicas](#).
- **Respetar el contexto local:** TikTok congrega a más de mil millones de usuarios de más de 150 países en un mismo espacio digital compartido. Trabajamos con expertos regionales y comunidades locales para asegurarnos de que nuestro enfoque global tiene en cuenta la forma en que se perciben los daños en las distintas regiones, y de que permitimos aplicaciones regionales de nuestras normas, sin dejar de lado el respeto de los derechos humanos reconocidos internacionalmente.
- **Promover la inclusión:** Queremos dar la bienvenida en nuestra plataforma a personas de todos los rincones del mundo. Valoramos y celebramos las diferentes culturas, identidades, apariencias, puntos de vista, intereses y experiencias. Somos conscientes de que, en el pasado, ciertas comunidades han tenido menos oportunidades de interacción, por lo que estamos

comprometidos con el principio de igualdad y con mitigar los daños que afectan de una forma desproporcionada a determinados grupos vulnerables.

- **Proteger la privacidad individual:** Tenemos el compromiso firme de proteger y respetar la intimidad de nuestra comunidad y de las personas que se muestran o comentan en los contenidos de la plataforma. En este sentido, procuramos asegurarnos de que el contenido compartido en la plataforma no divulgue información personal de ningún individuo o constituya una invasión de su intimidad.
- **Ofrecer transparencia y coherencia:** Queremos que todos sepan cuáles son nuestras normas y el modo en que las aplicamos. Procuramos comunicar con claridad nuestras políticas y prácticas, aplicarlas de un modo coherente y equitativo, e informar de las medidas disciplinarias que adoptamos a través de nuestro [Centro de transparencia](#). Cuando, en nuestras normas, debamos priorizar otro principio (por ejemplo, el contexto local o la inclusión) en detrimento de la coherencia, lo haremos con total claridad.
- **Actuar de forma imparcial y justa:** Moderar millones de contenidos cada día es una labor compleja, y para hacerlo es fundamental desarrollar un proceso fiable. Nos comprometemos a actuar de un modo imparcial y basándonos en pruebas, emitir decisiones justas, comunicar nuestras medidas y ofrecer la oportunidad de recurrirlas.

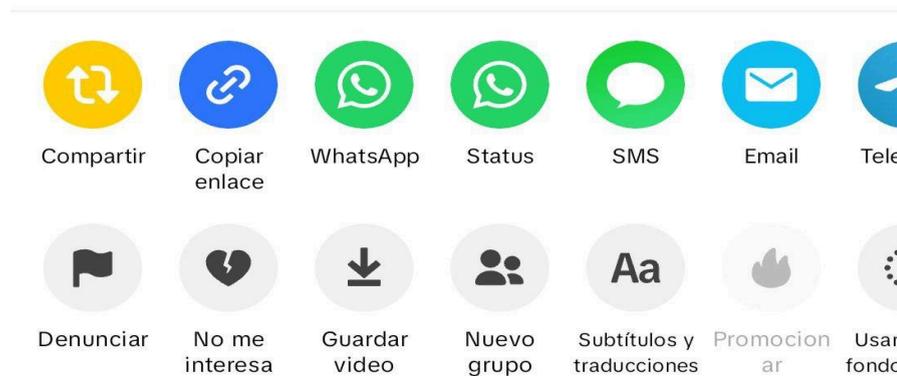
Si bien los mismos explican que existen reglas de cómo las personas deben comportarse en una plataforma y se basan en marcos jurídicos internacionales como los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, la Carta Internacional de Derechos Humanos, la Convención sobre los Derechos del Niño y los Principios de Santa Clara. También solicitan las opiniones de su comunidad a la hora de moderar el tipo de contenidos que crean pertinente estar en la plataforma.

A lo largo de estos ocho principios se menciona que no se protegerá la privacidad individual, que no se permitirán daños físicos, psicológicos, económicos y a la intimidad, así como los daños sociales ni ningún tipo de acoso, dando lugar a un micrositio “Prevención del acoso”⁹ pero a su vez también promueve la libertad de expresión como que se promoverá la inclusión de todas las personas del mundo.

⁹ <https://www.tiktok.com/safety/es/bullying-prevention>

Si bien es un buen mapa de ruta, la plataforma no da ejemplos de tipos de contenidos que serán punibles, entonces las normas comunitarias resultan ambiguas ya que no queda claro cuando se cruza un límite. Al ser una comunidad global hay discursos grises que entran en un limbo difícil de discernir por personas individuales y donde es necesario un departamento de ética al cual reportar contenidos que pueden resultar confusos para un público no especializado. La misma plataforma profesa que estos lineamientos en ocasiones, presentan discrepancias entre sí.

La herramienta de “Denuncia” aparece solo después de que el video aparece en el feed de las personas usuarias y un click más tarde de la opción “Compartir”.

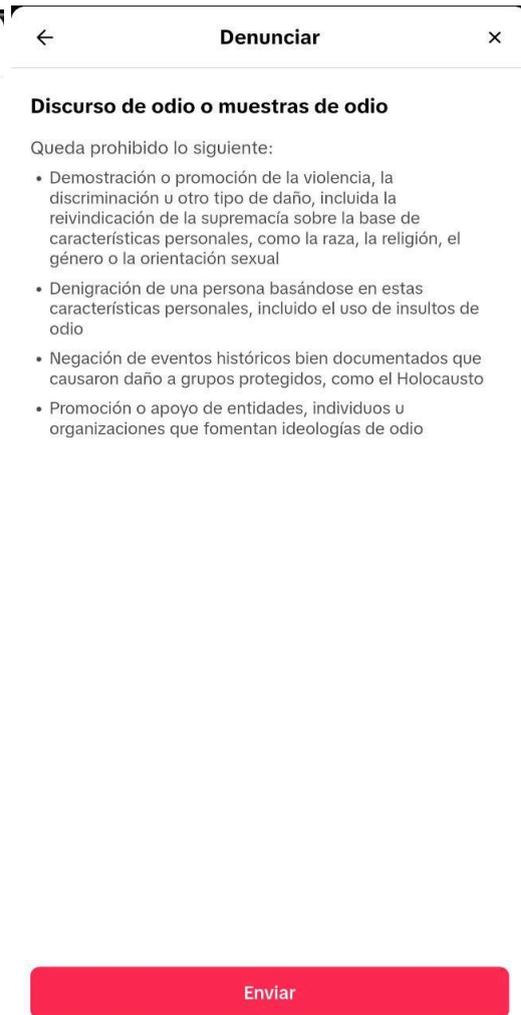


(Figura 2)

De este modo, no se puede evitar el visionado de los contenidos reprobados, la opción de “Denunciar” es el único método que las personas usuarias tienen dentro de la plataforma para seguir evitando que contenidos sancionables sigan expandiéndose. Si se selecciona la opción “Odio y acoso” (Figura 3), recién ahí aparece otra pantalla (Figura 4) con posibles opciones y ejemplos de contenidos reprobables; en el texto de la figura 4 se menciona como posibles contenidos reprobables *“Negación de eventos históricos bien documentados que causaron daños a grupos protegidos como el Holocausto”*.



(Figura 3)



(Figura 4)

En este sentido, TikTok media la interacción entre las personas usuarias y máquinas, facilitando y condicionando la comunicación. Este proceso influye en cómo se organizan y perciben las campañas de ciberactivismo, destacando ciertos mensajes mientras otros quedan marginalizados. Así, las plataformas no son meros espacios neutros, sino que actúan como agentes activos en la configuración de narrativas y discursos políticos, moldeando las percepciones y las acciones de sus personas usuarias en el entorno digital.

La calle online

En esta sección se examinará la tipología de los contenidos presentes en videos alojados en la plataforma, con el fin de responder a la pregunta: ¿qué tipo de estrategias

discursivas son empleadas en videos producidos o promovidos por representantes de las derechas alojados en dicha plataforma? Para abordar este interrogante, se adoptarán métodos digitales orientados al análisis de pequeñas bases de datos, combinando técnicas de lectura cercana y lejana. Este enfoque permitirá identificar tanto patrones generales como elementos discursivos más específicos, facilitando así una comprensión más amplia del fenómeno bajo estudio.

La base de datos utilizada para este análisis fue construida mediante la técnica de scraping automatizado, empleando el software Octoparse. Este programa se encargó de generar un algoritmo que interactuó con la API de TikTok, recolectando videos bajo los siguientes parámetros de búsqueda: el hashtag "ideología de género", un filtro de popularidad (videos "*top*"), y un mínimo de 500.000 visualizaciones, en un período comprendido entre agosto de 2022 y agosto de 2023. La base de datos inicial, compuesta por 423 videos, fue depurada, reduciendo la muestra a 81; la selección final tomó en consideración tanto el número de visualizaciones como el idioma de los contenidos, excluyendo aquellos en portugués. Esta exclusión se realizó con el fin de asegurar una mayor precisión en la interpretación de las tonalidades del lenguaje y para garantizar una mayor coherencia en el análisis semántico y discursivo de los comentarios y expresiones.

Entre los patrones comunes identificados, destaca que la duración de los videos oscila entre algunos segundos y un máximo de diez minutos. Aunque se contempló la posibilidad de incluir galerías de imágenes, no se encontraron videos que utilizarán este formato; la mayoría de los mismos se tratan de videos y solo hay algunas representaciones estáticas. Además, al analizar los sujetos que aparecen en los videos, se observó que predominantemente se trata de personas que, por sus características visibles, se asumen como de identidad de género masculina. No se detectaron portavoces con características que sugieran identidades de género femeninas o no binarias.

Para el análisis de estos videos, se empleó la técnica de lectura cercana proveniente de Franco Moretti. Esta técnica consiste en el análisis detallado de las obras literarias, fruto de la lectura y la relectura cuidadosa (Riva, 2015, p. 60) este enfoque, nos permite descomponer el significado de un corpus a partir de su estructura, elección de palabras y recursos estilísticos. La lectura cercana permite relevar las capas de interpretación que pueden estar implícitas en un fragmento o pasaje, lo cual facilitó elaborar una taxonomía detallada que sirve como marco interpretativo para profundizar en las narrativas identitarias en construcción que emergen en este tipo de contenidos. Este enfoque busca no solo identificar los discursos predominantes, sino también comprender las dinámicas de poder, exclusión e inclusión que

operan dentro de las comunidades discursivas de las derechas en plataformas digitales como TikTok.

Tabla 1. Recolección de datos

Tipo de videos	Cantidad
Narrativas de autenticidad y persuasión directa <ul style="list-style-type: none"> ● Hablar directamente a cámara. ● Testimonios e historias. ● Entrevistas 	44 (cuarenta y cinco) 22 (veintidós) 10 (doce) 11 (once)
Video reacciones	10 (diez)
Narrativas de humor / parodia / ironía	10 (diez)
Fueron eliminados de la plataforma	18 (dieciocho)

Fuente: elaboración propia

Narrativas de autenticidad y persuasión directa

Esta categoría es la de mayor volumen de contenido y donde se pueden incluir tres tipos de videos: videos de personas hablando directamente a cámara, testimonios e historias de vida y entrevistas.

Hablar directamente a cámara

Cuando se habla de la subcategoría de contenidos de **personas hablando directamente a cámara** que incluyen 22 videos hay algunas consideraciones estéticas a realizar. En la mayoría de los casos son varones en espacios privados que pueden ser sus habitaciones o estudios y suelen ser producciones amateur.

En esta categoría se pueden observar videos donde los creadores, en su mayoría con inclinaciones de derecha, se presentan hablando directamente a la cámara, ofreciendo sus opiniones, comentarios o análisis en un formato que busca generar cercanía y autenticidad con la audiencia. El registro en la mayoría de los casos es en primera persona con un subtítulo hecho por la plataforma.

No hay una gran variedad de recursos audiovisuales, no usan animaciones ni epígrafes, solo se incluyen recortes de discursos contrarios a su posición ideológica y de

noticias periodísticas. En este sentido, la construcción discursiva que realizan es desencadenada por una noticia o comentario realizado contrario al sistema de valor que tienen.



(Figura 5) ¹⁰



(Figura 6) ¹¹

En estos videos, el recurso de la comunicación directa y la apelación a un contacto de de los ojos en los ojos (Verón, 1983, p. 8), en la cual un emisor mira el ojo vacío de la cámara haciendo que quien está detrás de la pantalla se sienta mirado: él está allí, lo veo, me habla. De esta manera se presenta una marca donde se establece un vínculo de verdad entre las partes, esta se presenta como una estrategia que busca persuadir a las personas usuarias mediante la creación de un lazo emocional o identificadorio.

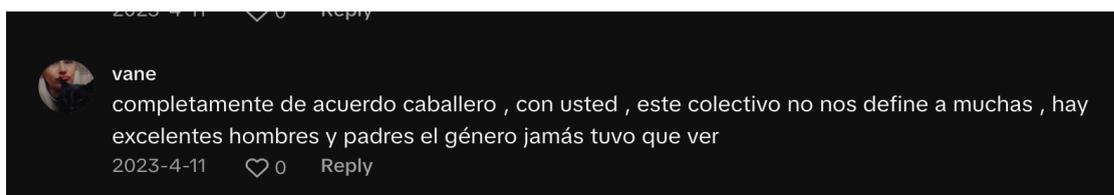
Al ser los referentes de derecha quienes protagonizan estos contenidos, sus discursos suelen estar cargados de narrativas que refuerzan valores ideológicos como el orden, la tradición o la crítica a conceptos progresistas, particularmente en temas relacionados con la "ideología de género", entre otros. Esta categoría pone en evidencia cómo la combinación de discursos directos y formatos íntimos logra crear una atmósfera de confianza y veracidad que

¹⁰ <https://www.tiktok.com/@horisherem/video/7271041993340554501>

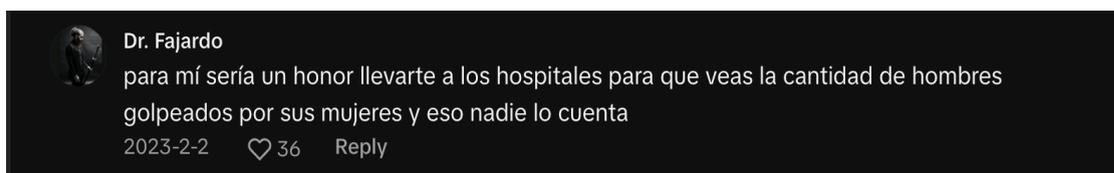
¹¹ <https://www.tiktok.com/@aguslaje/video/7195636729783618822>

maximiza el impacto de los mensajes en audiencias que consumen contenido en plataformas como TikTok.

Tomando como ejemplo el video titulado “La ideología de género ha hecho mucho daño”, el referente de derecha Agustín Laje comenta sobre el caso de Lucio Dupuy y la reciente condena contra su madre, Magdalena Espósito Valenti, y su pareja, Abigail Páez. Este caso, que conmocionó Argentina, generó un intenso debate nacional sobre la violencia infantil y el rol del Estado en la protección de menores. Lucio, un niño de cinco años, fue asesinado el 26 de noviembre de 2021 en Santa Rosa, La Pampa, tras haber sido sometido a prolongados abusos físicos por parte de ambas condenadas (Caso Lucío Dupuy, cronología de los principales hechos, 2023). En el mismo plantea que el “feminismo hegemónico” expone un relato para el “idiota de turno” donde equipara la violencia de género por parte de las mujeres que de los hombres igualándolo y echando tierra la cantidad de mujeres y diversidad que sufren de abusos.



(Figura 7)

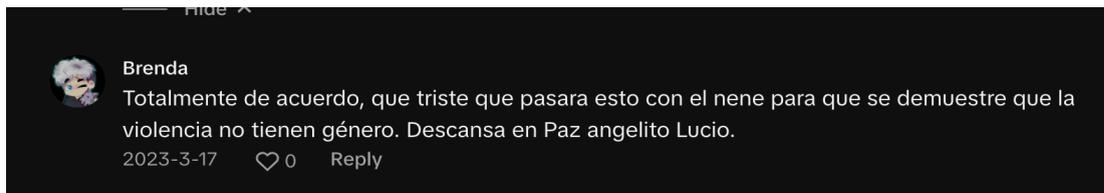


(Figura 8)

La instrumentalización de hechos trágicos, como el crimen de un niño de 5 años, por parte de ciertos creadores de contenido (en este caso Agustín Laje), constituye una estrategia discursiva orientada a movilizar las emociones y sensibilidades de su audiencia. A través de la evocación de elementos de alto impacto emocional, como la figura de un niño víctima de violencia, estos actores logran anclar sus mensajes en una narrativa que busca no solo generar empatía, sino también reforzar sus posturas ideológicas. En el caso particular de Lucio, este fue tomado como paradigma para atacar al feminismo, destacando que no se trata de un video aislado, sino de una estrategia recurrente de tomar casos individuales para denigrar a todo el movimiento feminista. Además, si bien trascendió en redes sociales que las asesinas

participaban en marchas de “Ni una menos” y que militaban la consigna de “muerte al macho”, esto fue hecho para descalificar todas las luchas feministas. (La hormonización, la violencia, y la costumbre de hablar sin saber, 2023). Desde que la causa de Lucio se mediatizó, muchos sectores políticos y mediáticos pusieron sus prejuicios en una misma bolsa para atacar los avances en materia de género en Argentina.

Este uso deliberado de tragedias personales permite conectar temas complejos con los valores y creencias de sus seguidores, favoreciendo una identificación emocional que potencia la eficacia persuasiva del discurso



(Figura 9)

La ausencia de sofisticados recursos audiovisuales refuerza la idea de cercanía y veracidad, convierte el acto de hablar a cámara en una herramienta de persuasión. Este formato de comunicación íntima y directa permite a los referentes de derecha no solo difundir sus ideas, sino también crear un espacio donde sus opiniones adquieren un peso editorial, amplificando el impacto de sus mensajes en las redes sociales.

Testimonios e historias de vida

Cuando analizamos esta subcategoría que incluye 10 videos, es crucial destacar la diversidad de registros audiovisuales presentes. No existe una uniformidad en el estilo audiovisual de estos testimonios, por lo tanto el foco estará en el análisis discursivo de las diferentes perspectivas sobre los procesos y visiones que tienen diferentes creadores de contenido sobre los procesos de transición de género. Tanto personas que han pasado por este proceso como aquellos que se oponen a la idea de la transición ofrecen comentarios que reflejan tensiones y conflictos particulares.

En este sentido se puede visibilizar un activismo individualista donde la palabra masculina tiene mayor relevancia que la feminista y que el de las disidencias. Otro aspecto central en estos testimonios es el intento por definir las categorías sexo-genéricas, lo que resalta las complejas dinámicas identitarias que experimentan los interlocutores. Como menciona Judith Butler en su teoría de la performatividad de género, las categorías y etiquetas vinculadas al género y el sexo no son esencias fijas, sino que están sujetas a

procesos culturales de construcción y repetición (Butler, 2010). La autora desafía la noción de un sujeto universal, que subyace a muchas políticas liberales contemporáneas, y crítica los procesos de esencialización y naturalización en las teorías de la política de la diferencia, especialmente en relación con la comunidad LGTB (Duche, 2010, p. 86). En este sentido, la autora subraya que "la única naturaleza es la cultura", implicando que las identidades de género no tienen una base biológica fija, sino que son el resultado de una serie de actos performativos ritualizados que se repiten hasta naturalizarse, produciendo la ilusión de una esencia o sustancia.

En los videos *¿Y tú qué opinas?* (Figura 10) y *Personas transgénero arrepentidas: ¿El precio de seguir la ideología impuesta por la sociedad?* (Figura 11), se presentan variedades discursivas. En el primero, se desarrolla un diálogo entre una persona que defiende la idea de que la identidad de género está determinada exclusivamente por la biología y una persona transgénero, quien argumenta que la identidad de género es mucho más que la simple correspondencia con el sexo biológico.

En el mismo se establece un debate sobre categorías y en cómo se debería nombrar a personas cuya identidad de género no responde a identidad biológica. En el video, la persona transgénero menciona que el "género es un espectro complicado" y resalta la variedad de matices y vivencias que se pueden dar en diferentes personas. En este punto cabe retomar a Butler como se cita en Duque (2010, p. 88) que piensa al género como una construcción del cuerpo y de la subjetividad fruto del efecto performativo de una repetición ritualizada de actos que acaban naturalizándose y produciendo la ilusión de una sustancia, de una esencia (2010, 88).

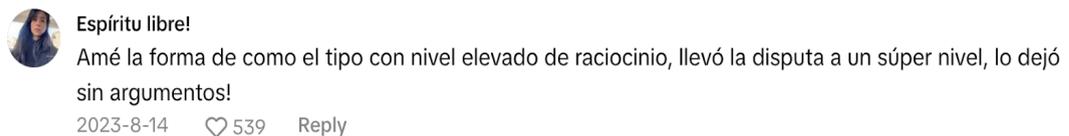


(Figura 10)¹²



(Figura 11)¹³

En muchos comentarios vemos cómo el debate acompaña a la persona de pensamientos conservadores y cómo creen que tiene sentido las categorizaciones vinculadas a la biología de las personas.



(Figura 12)

También observamos que muchas de las personas con pensamientos conservadores tienden a justificar las categorías sexuales desde una perspectiva biológica, reafirmando la noción de que la identidad de género debe corresponder necesariamente con la biología de la persona. Esta postura, proveniente de multiplicidad de campos pero con especial énfasis en la iglesia católica y movimientos conservadores que han adquirido popularidad en los últimos años (como es el caso de Vox) se observa que celebran la argumentación biologicista,

¹² <https://www.tiktok.com/@kimdelaselvatropical/video/7266500585753431298>

¹³ <https://www.tiktok.com/@espirdelsilencio/video/7217867899610942726>

considerándola como una solución superior a las vivencias individuales de las personas transgénero.

En este discurso, rara vez se contempla que el sujeto puede ser el resultado de procesos de subjetivación, es decir, de las complejas relaciones entre poder, discurso y autopercepción que constituyen al individuo. Se omite con frecuencia la consideración de que el sujeto puede ser el resultado de procesos de subjetivación, es decir, de las complejas interacciones entre poder, discurso y autopercepción que conforman al individuo. Además, es necesario abordar este fenómeno desde una perspectiva de polarización política, ya que este discurso emerge desde sectores conservadores en respuesta al progresismo y no únicamente limitarlo a las concepciones sobre lo que debería ser el género, como señala el segundo comentarista. En este contexto, se contraponen las ideas de que “lo personal es político” contra “la biología es política”.



Omar Carrasco

Por más que se los embarren en la cara con argumentos extremadamente sólidos jamás van a aceptar la realidad, la naturaleza es o no.

2023-8-29 2 Reply

(Figura 13)



Antonio Osorio

y lo mas INCREIBLE es que aun explicandoselos con minimo detalle SE AFERREN a su BIZARRA IDEA y lo peor que gobiernos apoyen ESO !!

2023-8-14 392 Reply

— View 34 replies ▾

(Figura 14)



Nathan22

Solo ay dos generos masculino y femenino es todo 🙄

2023-8-29 2 Reply

(Figura 15)

En contraste, el segundo video (Figura 11) presenta un enfoque completamente diferente, ya que se trata de una recopilación de testimonios de diversas personas que

expresan su arrepentimiento tras haber pasado por el proceso de transición. A lo largo del video, se destaca la naturaleza fragmentada de las narraciones, ya que los relatos aparecen en forma de breves recortes, limitando la información sobre el contexto general y las historias de vida completas de quienes comparten sus experiencias.

Estos testimonios enfatizan las dificultades emocionales y físicas que estas personas enfrentaron, y cómo muchas de ellas sienten que tomaron decisiones precipitadas en etapas tempranas de sus vidas, particularmente durante la juventud. La juventud se convierte en un tema recurrente en los relatos, donde se plantea que la transición fue realizada en una fase de inmadurez o falta de autoconocimiento pleno, lo que contribuye a los sentimientos de arrepentimiento.

Es importante notar que en este video no se especifica a quién va dirigido el mensaje ni se ofrece una perspectiva equilibrada que incluya otros puntos de vista o vivencias positivas en torno a la transición de género. Al no conocer el contexto completo de estas historias, el espectador sólo accede a una visión parcial y altamente selectiva de la realidad de quienes han pasado por el proceso de transición. Esto puede generar una percepción sesgada sobre el tema, centrando la discusión en los aspectos negativos y en las experiencias de arrepentimiento, sin dar cabida a aquellos relatos que pudieran reflejar satisfacción o bienestar tras la transición.

Como vemos en los comentarios estos fragmentos pueden tener un fuerte impacto emocional en la audiencia, culpabilizando a una variedad de actores (escuelas, televisión, farmacéuticas) por las decisiones tomadas por estas personas a temprana edad.



Yaneesyy

Así es pero en las escuelas la televisión lo están haciendo confundiendo a los niños ya es demasiado

2023-4-20  57 [Reply](#)

[View 6 replies](#) 



Sarai

Esq les venden la idea sin explicación de los cambios reales. Y sin buscar el problema de raíz.

2023-4-19  74 [Reply](#)

(Figura 16)



Elizabeth Urías

lo que es el mundo de la medicina y la farmacéutica hacen millones y millones de dls por eso permiten todo eso

2023-4-22 0 [Reply](#)

(Figura 17)

Sin embargo, la ausencia de una visión más completa podría influir en la percepción pública acerca de las personas trans y su derecho a tomar decisiones sobre su identidad de género.

En esta subcategoría vemos como el discurso conservador, tiende a fundamentarse en una visión biologicista del sexo y el género, sosteniendo que la identidad de género debe alinearse de manera rígida con el sexo asignado al nacer. Este enfoque se refleja en los testimonios que abogan por una comprensión esencialista del género.

Estas narrativas ignoran el argumento butleriano de que la identidad de género no es algo fijo o biológicamente determinado, sino el resultado de una serie de interacciones culturales y sociales que forman y refuerzan las categorías de género.

Entrevistas

En esta subcategoría, que abarca 11 videos, se identifican dos patrones principales: entrevistas realizadas en la vía pública y entrevistas en estudio con referentes de la derecha. En ambos tipos de contenido, los emisores difunden narrativas que presentan la "ideología de género" como algo a erradicar, utilizando conceptos erróneos y desinformados.

De esta manera, se configura una disputa por el sentido, donde los actores conservadores se encargan de diseminar mensajes en cualquier espacio mediático disponible, siendo las redes sociales un ámbito crucial para la expansión de estas ideas. En relación a este fenómeno, Morilla Díaz (2021) retoma a Castells que señala que las plataformas y redes sociales han transformado las formas de comunicación contemporáneas, tanto en el ámbito privado como público, otorgando a los intercambios informales una mayor repercusión y permanencia (Van Dijck, 2019). Como consecuencia, se ha modificado el paradigma comunicativo (Aruguete, 2017), potenciando la bidireccionalidad y la simetría en la interacción (Alonso, 2015).

En los videos analizados, se observan ciertas recurrencias en la forma en que se presentan y son accesibles al público. Ninguno de los videos cuenta con un título formal, sino

que su visibilidad y circulación están mediadas por el uso de diversos hashtags. Este patrón refleja la naturaleza algorítmica de las plataformas digitales, donde la viralización de contenido se construye a partir de etiquetas que facilitan su clasificación y búsqueda. Un ejemplo de esto es el video representado en la figura 8, cuyos términos de búsqueda incluyen #educacion, #mexico, #ideologiadegenero, #adoctrinamiento, #ninos, #podcast, #mitomanosdelaverdad, y #drssintitulo. En este video, un individuo que parece pertenecer al ámbito de la docencia sostiene que la "ideología de género" fue creada por dos pedófilos y que carece de fundamentos científicos. Además, el sujeto argumenta que esta supuesta ideología pretende adoctrinar a las infancias para que adopten posiciones profeministas y pro-LGTB, aseverando que no existe evidencia científica que respalde tales ideas. A lo largo de su intervención, el entrevistado expresa su preocupación por evitar que contenidos con perspectiva de género se incluyan en los libros de texto dirigidos a niños, justificando su oposición bajo la premisa de proteger a una población vulnerable, como lo son las infancias, del adoctrinamiento.

En el video de la figura 19, los hashtags asociados son #ideologiadegenero, #espiritualidad, #conciencia, #despertarespiritual, #despertardelaconciencia, y #LGTB. En este caso, el referente de derecha Agustín Laje ofrece una interpretación distinta sobre el origen del concepto de "ideología de género". Laje sostiene que este concepto surgió a mediados del siglo XX en los países del primer mundo, en un contexto donde los intelectuales de izquierda, desilusionados por la incapacidad de la clase obrera para liderar una revolución, comenzaron a replantearse la posibilidad de una transformación social desde una perspectiva cultural, más que económica. De acuerdo con Laje, esta "revolución cultural" sustituye la clásica dialéctica obrero-capitalista, permitiendo que temas como la identidad de género, el feminismo y los derechos LGTB adquieran centralidad en la agenda política.

Esta interpretación forma parte de una estrategia utilizada por referentes conservadores para atacar la diversidad de género, recurriendo al concepto de "batalla cultural". Este enfoque implica una agresión simbólica que va más allá de lo meramente ideológico, dirigiéndose directamente al sistema de valores de las familias tradicionales. En este sentido, la disputa por la visibilidad de los colectivos LGTB y feministas se presenta como una amenaza a esos valores, lo que subyace en un ataque al diferente, a quien se le niega legitimidad y espacio en el discurso social dominante. Así, la lucha por el reconocimiento de estos grupos se enfrenta no solo a una oposición discursiva, sino a una agresión cultural que busca mantener el control sobre los significados y normas sociales tradicionales.

Ambos videos exponen narrativas que buscan desacreditar las teorías de género desde un marco que apela a la desinformación y el temor al adoctrinamiento, lo cual refuerza estrategias discursivas ampliamente difundidas en sectores conservadores. Estas estrategias son particularmente efectivas en redes sociales, donde el uso de hashtags y el formato breve facilitan la circulación de ideas simplificadas, apelando a emociones como el miedo o la preocupación por la infancia, y evitando profundizar en debates científicos o filosóficos sobre el género. En este sentido, las plataformas digitales no solo funcionan como vehículos de transmisión de contenido, sino también como espacios donde se construyen y difunden sentidos, contribuyendo a la polarización del discurso público.



(Figura 18)¹⁴



(Figura 19)¹⁵

El video de la figura 19 parece estar dirigido a un público específico que se caracteriza por su inclinación hacia narrativas conspirativas, particularmente aquellas que involucran la supuesta existencia de élites económicas y sociales que controlan o manipulan el orden mundial. Este perfil de audiencia es especialmente vulnerable a creer en teorías de conspiración globales, ya que suele desconfiar de las instituciones establecidas y busca explicaciones alternativas que refuercen una visión maniquea de la realidad. Los discursos de derecha radical que circulan en este tipo de contenidos encuentran terreno fértil en estos sectores, que se sienten atraídos por explicaciones simplificadas de fenómenos complejos como la diversidad de género, atribuyendo su origen a supuestos planes de dominación cultural o económica.

¹⁴ <https://www.tiktok.com/@mitomanos.delaverdad/video/7270000472667344133>

¹⁵ <https://www.tiktok.com/@fractalrebel/video/7234701383772015898>



ricardocontrerasgutierrez

Sí están Rockefeller, Rotschild, Soros, Kissinger, Gates, entre otros, ya es claro hacia donde apunta esta barbarie

2023-6-22 4 Reply



JeniferDelCR

LO ENTIENDO ASI QUE POLÍTICA Y ECONÓMICAMENTE QUIEREN REDUCIR LA POBLACIÓN MUNDIAL PARA ESTO USAN TODO LO Q LES SIRVA INCLUIDO LA IDEOLOGÍA D GENERO 😞

2023-7-1 3 Reply

(Figura 20)

En este contexto, las plataformas digitales juegan un rol fundamental al amplificar el alcance de estos mensajes. Como señala Castells (2001), las redes de comunicación han transformado radicalmente la política y la cultura contemporáneas, especialmente en lo que respecta a la circulación de información y desinformación. En un mundo interconectado, los discursos que apelan a emociones como el miedo o la indignación se propagan con rapidez, aprovechando la estructura horizontal de las redes sociales para alcanzar a audiencias que antes habrían estado más fragmentadas. Esta democratización del acceso a la información, si bien tiene aspectos positivos, también ha facilitado la difusión masiva de contenidos desinformativos, que a menudo carecen de fundamentos científicos o racionales.

Por tanto, el análisis del poder de las redes digitales resulta crucial para comprender cómo circula la información y la desinformación en el espacio público. En este sentido, el uso de hashtags y de otros mecanismos algorítmicos no solo clasifica y distribuye el contenido, sino que también modela las formas de interacción y recepción del mismo, potenciando la viralización de ideas simplificadas y polarizantes. Así, los discursos conservadores, como los analizados en los videos, encuentran en estas plataformas un espacio idóneo para consolidar sus narrativas y amplificar su alcance, generando un impacto profundo en la formación de opiniones y en la configuración de la esfera pública.

Video reacciones

La categoría de video reacciones incluye 10 videos en este análisis. Este tipo de contenido no es exclusivo de la plataforma TikTok; también se encuentra en otras plataformas como YouTube y Twitch, donde su característica distintiva radica en la interacción entre los espectadores y el interlocutor del video. Aunque en este análisis no se abordan transmisiones en vivo, es importante destacar que, incluso en videos pregrabados, se busca crear un vínculo con una comunidad específica de usuarios.

En la sección del marco teórico se discutió cómo el algoritmo de TikTok accede de manera irrestricta a los datos personales, como los consumos e historial de navegación del dispositivo móvil de cada persona usuaria. Esto permite a la plataforma generar recomendaciones altamente precisas, personalizando el contenido a los intereses particulares de cada persona. Este proceso de personalización algorítmica no solo busca optimizar la experiencia de las personas usuarias, sino que también fomenta una mayor permanencia en la plataforma.

Un concepto clave para comprender esta lógica es lo que Eli Pariser denomina "filtro burbuja". Este fenómeno ocurre cuando los algoritmos de las plataformas digitales personalizan el contenido visible para las personas usuarias en función de sus intereses, comportamientos previos y datos demográficos. Si bien esta personalización puede mejorar la experiencia al ofrecer contenido relevante, también puede limitar la exposición a ideas diversas y generar una experiencia cerrada, donde los usuarios ven solo aquello que refuerza sus creencias o preferencias previas.

En el contexto de las video reacciones, el filtro burbuja puede ser especialmente relevante. Las personas tienden a reaccionar a contenido con el que ya tienen una afinidad previa, lo que refuerza aún más la lógica del algoritmo. De esta forma, el algoritmo no solo facilita la creación de comunidades específicas, sino que también contribuye a la polarización de opiniones y la consolidación de nichos ideológicos o culturales dentro de la plataforma.

Para el análisis de este corpus de videos, se tomaron como ejemplo los títulos "Disney presenta su persona no binaria y vuelve a fracasar" (figura 21) y "Mujer lesbiana habla toda la verdad sobre la ideología de género", ambos producidos por el mismo creador de contenido pero con temáticas diferenciadas. En el primer video, el foco está puesto en cómo Disney, según el autor, promueve una "agenda woke", término utilizado para referirse a movimientos políticos progresistas, generalmente asociados a la izquierda, que buscan visibilizar cuestiones de política identitaria, particularmente relacionadas con la comunidad LGTB. Este concepto ha sido apropiado por grupos conservadores y de derecha de manera peyorativa, sugiriendo que dicha agenda va en detrimento de los valores tradicionales, especialmente en lo que respecta a la familia y la infancia. En este caso, el video adopta esa postura crítica y plantea que el consumo de contenido que promueva la diversidad y las identidades de género no normativas pone en riesgo el núcleo de la familia tradicional.

En el segundo video, el creador de contenido reacciona a las reflexiones de una mujer lesbiana que sostiene que el "sistema" busca eliminar el concepto de padre y madre para dismantelar la estructura familiar y, de este modo, facilitar el control sobre los niños. No se

proporciona información clara sobre quién es esta mujer ni a qué se refiere exactamente con el término "sistema". La única información sobre su identidad proviene del propio creador de contenido, quien menciona que en videos anteriores ella había declarado mantener una relación sexoafectiva con otra mujer. Sin embargo, no se ofrece ningún enlace al video original ni referencia a la fuente que permita verificar o contextualizar las declaraciones. Esto deja el contenido totalmente descontextualizado, una característica estética recurrente en ambos videos y en otros dentro de esta categoría. No se menciona la fuente del recorte ni se otorga una entidad específica a la persona sobre la cual se está reaccionando, lo que contribuye a la falta de rigor en el análisis.



(Figura 21)¹⁶



(Figura 22)¹⁷

Otra marca estética presente en ambos videos es la escasa intervención crítica durante las reacciones. El creador de contenido deja que el video fluya casi sin realizar comentarios, limitándose a mostrar una doble pantalla donde se lo ve asintiendo a lo largo del video o al final del recorte, cuando ofrece breves reflexiones que generalmente reafirman lo que ha sido expuesto. Esta falta de análisis profundo responde en parte a que estos videos están dirigidos a un público de nicho. El algoritmo de la plataforma se encarga de que este tipo de contenido llegue a una audiencia ya alineada con las ideas que se presentan, lo que reduce la necesidad de un debate o confrontación crítica. Las comunidades que se forman alrededor de este tipo

¹⁶ <https://www.tiktok.com/@perezgerman92/video/7251280045350735147>

¹⁷ <https://www.tiktok.com/@perezgerman92/video/7250589212997766446>

de videos tienden a generar dinámicas de pertenencia y exclusión, donde los miembros refuerzan entre sí sus creencias preexistentes, sin que exista un espacio real para la divergencia de opiniones o el cuestionamiento.

Ver 11 respuestas

 MasterJunioRR
gracias por expresar lo que la inmensa mayoría pensamos. sigue adelante por favor.

2023-07-02 Responder  1886 

— Ver 4 respuestas ▾

(Comentarios video figura 23)

— Ver 12 respuestas ▾

 Rodrigo Castillo
Gracias por tu video protegamos a nuestros hijos

2023-07-02 Responder  525 

— Ver 11 respuestas ▾

(Comentarios video figura 24)

Este fenómeno puede ser interpretado como una estrategia retórica que busca reafirmar una identidad colectiva. La ausencia de un análisis crítico no es accidental, sino que responde a la lógica del filtro burbuja, donde el contenido circula dentro de una comunidad homogénea que no busca ser desafiada por ideas opuestas. Así, el creador de contenido no necesita ofrecer un examen detallado ni contradecir lo que se expone, ya que se asume que la audiencia compartirá de antemano la postura presentada.

 Mireya Avina
Lo que estamos viviendo es guerra espiritual

2023-07-24 Responder  308 

— Ver 13 respuestas ▾

 Reinaldo Pernia962
Dios bendiga guarde y proteja esta Mujer y le permita conocer a Dios q se convierta al Cristianismo

2023-08-08 Responder  72 

(Comentarios video figura 25)

La personalización algorítmica crea una burbuja informativa alrededor de las personas usuarias, en la cual solo se le muestran informaciones y opiniones que confirman sus creencias y valores preexistentes. Al ver los comentarios de ambos videos podemos ver como avalan y reafirman las conclusiones presentadas por el interlocutor. De este modo, las respuestas no solo son respuestas a un contenido en particular, sino también un reflejo de las afinidades y tensiones que circulan dentro de estas burbujas algorítmicas.

Narrativas de humor humor / parodia / ironía

Esta categoría, que agrupa 10 videos, presenta un hilo conductor claro: la identidad de género es tratada como un concepto susceptible de ser parodiado, ironizado y ridiculizado. En estos videos, los interlocutores no adoptan posturas de denuncia ni emiten opiniones serias, sino que reducen la lucha por la identidad de género a discursos simplificados, carentes de profundidad, que se presentan como imposibles de ser tomadas en serio. A diferencia de las otras categorías previamente analizadas, aquí los creadores no articulan una postura crítica o seria, sino que optan por la ironía y la parodia, atacando los discursos feministas y las diversidades desde una perspectiva humorística.

Si bien el humor puede ser una herramienta poderosa para la crítica social, en este caso está orientado a minimizar la lucha por la diversidad, despojando a estos discursos de la seriedad que requieren. La parodia y la ironía, lejos de cuestionar de manera profunda las estructuras de poder, se ríen de las mismas luchas, lo que podría reforzar estereotipos y desacreditar los esfuerzos por la igualdad.

Más allá de estas estrategias para minimizar las luchas de género, la utilización de la ironía y humor responde al tipo de público predominante en esta plataforma. Como se mencionó en la sección "¿Por qué TikTok?", la mayor parte de la audiencia se encuentra entre los 18 y 24 años (29,8%), seguida por el grupo de 25 a 34 años (23,1%), es decir, una población mayoritariamente joven perteneciente a la generación Z. Este público, al ser el grupo más expuesto a este tipo de contenido, podría ser más susceptible a absorber una visión banalizada de la identidad de género. Es importante analizar el impacto de estos discursos en una audiencia mayoritariamente joven, la repetición en términos humorísticos puede hacer que acompañe a reforzar un tipo de percepción que minimiza y frivoliza la percepción social de las diversidades y feminismos.

Este es un debate crucial, dado que las redes sociales, y en particular TikTok, no solo reflejan las dinámicas sociales actuales, sino que también contribuyen a modelarlas. Esta

característica de la plataforma condiciona no solo la forma en la que se abordan los temas, sino también el modo en que estos son recibidos por la audiencia. Al observar este tipo de discursos, es relevante cuestionar cómo estas representaciones influyen en la percepción de los jóvenes, quienes constituyen la audiencia principal de TikTok, y si este tipo de discurso, aunque aparentemente humorístico, contribuye a perpetuar la marginalización de ciertos sectores.

Un punto a tener en cuenta y que plantean Martínez y Morilla (2021) es que las redes sociales tienen capacidad para influir sobre la fijación de la agenda pública (Amado y Tarullo, 2015; Sierra y Lavín, 2019) por lo que los partidos políticos las emplean “en los procesos de construcción de la agenda pública –agenda setting o agenda building–” (Martín et al., 2020:272). Otro punto a considerar y que siguen planteando los autores es que las personas usuarias consumen contenido político de entretenimiento en redes sociales y en el caso de TikTok, las mismas se caracterizan por albergar contenidos de consumo rápido y desenfadado (Ballesteros, 2020). La naturaleza efímera de los videos en esta plataforma condiciona que los mensajes sean simplificados, lo cual puede hacer que la ironía prevalezca sobre el análisis profundo. Esto da pie a que los creadores de contenido al emplear el humor generen una percepción desinformada y distorsionada de la identidad de género.



(Figura 26)¹⁸



(Figura 27)¹⁹

¹⁸ https://www.tiktok.com/@yosoyzoraidaleon_oficial/video/7254091891568921883

¹⁹ <https://www.tiktok.com/@acquavivaoficial/video/7247313768638614789>

En el corpus analizado, se identifican patrones recurrentes en la manera en que se abordan temas como la identidad de género. Un concepto central que emerge es la deslegitimación de la autodeterminación de género mediante la reafirmación de una noción esencialista del sexo biológico, que ignora la diversidad y fluidez de las identidades de género. Este tipo de contenido suele ser ridiculizado, y uno de los recursos más comunes es la comparación de la autodeterminación con objetos banales, como productos lácteos (Figura 26) o animales (Figura 27). Estas analogías simplistas no solo trivializan la complejidad del debate sobre identidad de género, sino que buscan reforzar estereotipos y burlarse de las luchas por el reconocimiento y la diversidad.



Figura 28 (comentarios del video de la figura 26)

Como se plantea en los comentarios, este tipo de producción cultural minimiza el derecho a la autodeterminación al ponerlo en el mismo nivel que objetos cotidianos o seres no humanos. La elección de estos referentes parece responder a una intención de reducir el debate a una cuestión absurda o ridícula, minimizando el impacto emocional y social de la identidad de género.

Estas tácticas discursivas también plantean un desafío para quienes intentan comunicar mensajes sobre diversidad en plataformas con estas dinámicas, ya que la parodia y la ironía pueden distorsionar los esfuerzos por construir un diálogo inclusivo y respetuoso sobre temas de género.



Figura 29 (comentarios del video de la figura 27)

Influenciadores e influenciados

En el apartado anterior se analizaron diversas tipologías de videos en TikTok que forman parte de la muestra y se identificó cómo se emplean estrategias discursivas y visuales para difundir contenidos relacionados con la "ideología de género". En este nuevo apartado, el enfoque cambia hacia los creadores de estos contenidos, con el objetivo de examinar su rol en la plataforma.

Para contextualizar la presencia de estos creadores, es pertinente adoptar el concepto de ciberactivismo conservador planteado por Sgró Ruata (2021). De la misma manera en que el ciberfeminismo ha utilizado las redes digitales para posicionarse en el espacio público, los sectores conservadores han encontrado en estas plataformas un terreno fértil para difundir su agenda, especialmente en cuestiones de sexualidad, familia y vida. Según Benítez-Eyzaguirre (2019) como se cita en Ruata (2021, p.68), las redes socio-digitales permiten a estos grupos acceder al debate público y reforzar sus definiciones tradicionales sobre temas como la vida desde la concepción y la familia reproductiva heterosexual. En este sentido, el activismo conservador en plataformas como TikTok se adapta a los "ecosistemas de medios conectivos" descritos por Van Dijck (2016). Aquí, es fundamental entender que la tecnologicidad —es decir, el rol de los soportes técnicos en la visibilización de temas públicos— define el espacio en el que se debaten estos temas (Caletti, 2007). TikTok, en particular, se ha convertido en un canal de elección para los ciberactivistas conservadores, quienes aprovechan el formato de videos breves y el carácter viral de la plataforma para amplificar su mensaje.

Para entender más sobre el porqué están los creadores de contenido de derecha en TikTok, es crucial entender el fenómeno de la viralidad en las redes. Henry Jenkins (2013) explica que la viralidad no es solo la difusión masiva de un contenido, sino un proceso en el que las personas usuarias se convierten en actores activos, compartiendo y modificando el mensaje en función de sus intereses. Esta interacción es fundamental para comprender cómo se propagan los contenidos conservadores en plataformas como esta, ya que no solo se difunden pasivamente, sino que se amplifican gracias a la participación activa de una audiencia que comparte esos valores distribuye estos contenidos en diversas redes sociales y se vuelven viralizables. Tal como explicamos en capítulos anteriores la arquitectura de TikTok promueve que se muestren contenidos afines a las ideas y gustos de las personas usuarias generando una sensación de cámara de eco donde el contenido que arroja el algoritmo se retroalimenta continuamente.

Al reflexionar sobre quiénes son las personas que propagan el contenido de derecha en TikTok hay que tener en cuenta una distinción importante y es la de establecer es que quienes aparecen en los videos no son, en la mayoría de los casos, los creadores originales del contenido.

Tabla 2 Cuentas con más videos en la muestra

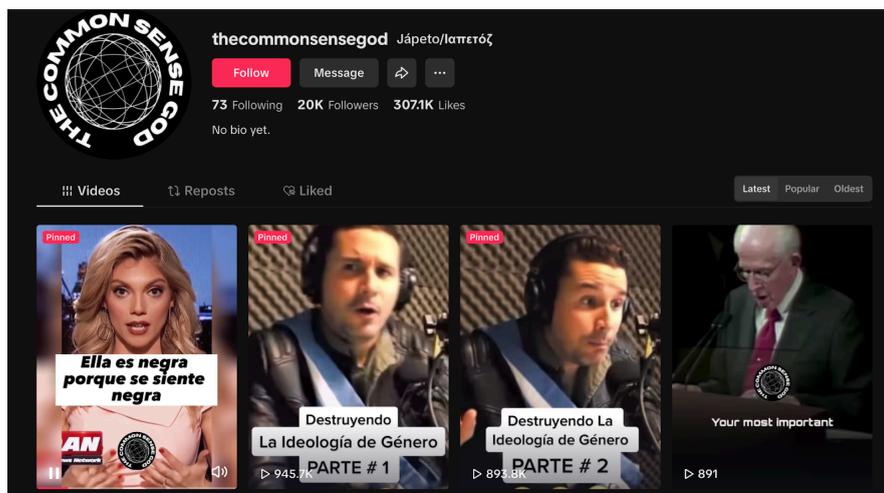
	Usuario	Cantidad de suscriptores	Biografía
1	joaquin.ostergaad	170.8 k	No bio yet.
2	tiny.reddit	315.6 k	España hoy!
3	moiseslgonzalez	118 k	TICKETS PARA MI SHOW AQUI
4	perezgerman92	299.2 k	Soy un joven apasionado por Dios Y la música 🎵🎵
5	thecommonsensegod	20 k	Ήάπετο/Ήάπετόζ
6	socialismoeshambre	83.2 k	Libertad, patria, familia
7	horisherem	307.5 k	Respondo DM solo por Instagram
8	newderecha	19.5 k	New derecha
9	arturohappiness	190.1 k	Conferencista, escritor, soñador, happiness developer. Viajero, doglover, jedi.
10	liberalismopuro	30.7 k	🔥 CUIDEMOS NUESTRA LIBERTAD 🔥 GRACIAS POR

			SUS COMENTARIOS Y APOYO 🐸
--	--	--	---------------------------

Fuente: elaboración propia

Tal como se muestra en la tabla podemos ver una serie de creadores de contenido con cantidades considerables de seguidores, que varían entre los 19.5 mil y los 315.6 mil. Una característica de los canales relevados es que no suelen pertenecer a figuras públicas o referentes conocidos de la derecha, los perfiles incluyen tanto cuentas individuales como colectivas, con algunas biografías que carecen de información ("No bio yet"), mientras que otras ofrecen información sobre la identidad o intereses del creador, como "Soy un joven apasionado por Dios y la música 🎵" o "Libertad, patria, familia", también algunas de ellas hacen referencia explícita a ideologías o movimientos políticos, como "socialismoeshambre" y "newderecha".

La diversidad en las biografías de estas personas usuarias revela diferentes estrategias discursivas dentro de las mismas tendencias políticas conservadoras. Algunos se presentan con su nombre como "perezgerman92" y "arturohappiness" y vinculan su identidad personal con intereses religiosos o profesionales. Estos influenciadores de la plataforma, toman consignas conservadoras y amplifican el mensaje. Por otro lado, hay otras cuentas que optan por el anonimato que representan ideas, conceptos o valores colectivos. Este anonimato juega un rol crucial en la difusión de estas narrativas, ya que diluye la responsabilidad individual y facilita la creación de un discurso que parece surgir "desde abajo", como una voz auténtica de una comunidad más amplia.

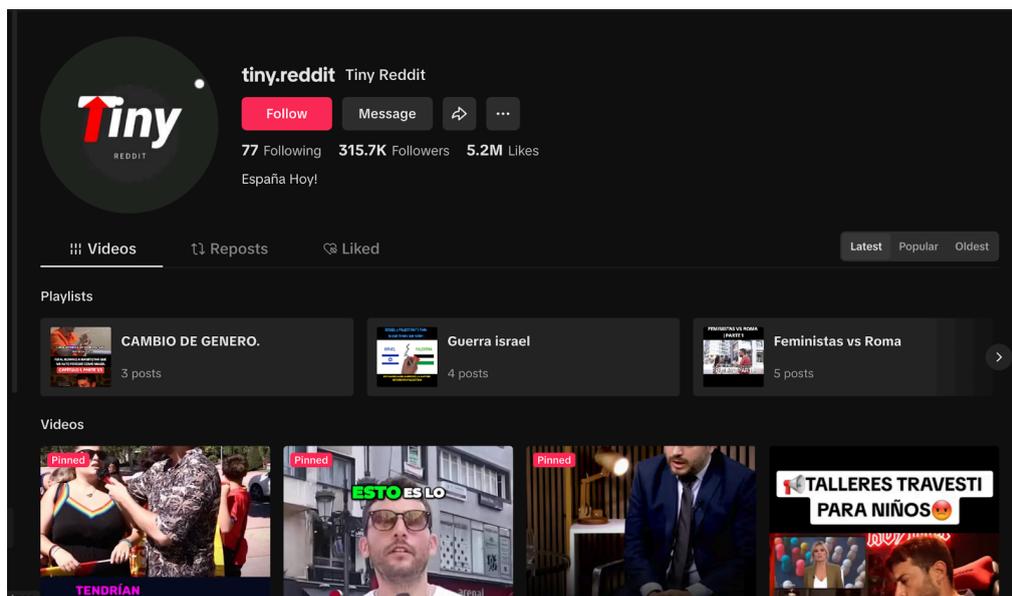


(Figura 30)²⁰

²⁰ <https://www.tiktok.com/@thecommonsensegod>

Estas cuentas operan bajo seudónimos o nombres genéricos que refuerzan una idea particular. Un ejemplo de esto es el perfil de TikTok **@thecommonsensegod**, que cuenta con más de 20.000 seguidores. Una característica de estas cuentas, es que no generan contenido original, sino que remezcla y redistribuye material proveniente de otras plataformas tales como Facebook, Youtube o de la televisión. Esta práctica no merma en la cantidad de visualizaciones que pueden tener, sino que puedan alcanzar audiencias masivas, con videos que superan las 500.000 visualizaciones como es el caso de la Figura 30.

Este tipo de perfiles se caracterizan por ser vehículos de difusión de ideas conservadoras, y su popularidad reside en su capacidad para amplificar mensajes a través de la viralidad, donde la participación activa de las personas usuarias transforma y propaga los contenidos. El anonimato, no disminuye el impacto de estos mensajes; de hecho, puede intensificarse, ya que estos perfiles apelan a la emoción y al sentido de pertenencia que ofrecen a sus seguidores. La falta de una identidad concreta permite que los mensajes se centren exclusivamente en la ideología que promueven, sin que la figura de un creador interfiera en la percepción del contenido.



(Figura 31)²¹

El enfoque hacia el contenido no solo refuerza la sensación de pertenencia a un movimiento mayor, sino que también evita que el foco se desplace hacia las críticas personales que podrían surgir si la identidad del creador fuera conocida. En lugar de debatir sobre la legitimidad o las contradicciones del individuo, el público se concentra en los valores

²¹ <https://www.tiktok.com/@tiny.reddit>

que el perfil defiende, lo que puede fortalecer el sentido de colectividad y enraizar aún más las ideas difundidas.

El fenómeno de la viralidad y el anonimato se entrelazan en estos casos para maximizar el alcance del contenido conservador en TikTok, donde cuentas anónimas se erigen como actores clave en la propagación de una agenda política, despersonalizando el mensaje y facilitando su replicación en múltiples redes.

Esta pluralidad de enfoques, desde perfiles con claros mensajes ideológicos hasta otros más centrados en la auto-representación, permite que el mensaje conservador alcance diferentes nichos de audiencia en la plataforma.

Referentes conservadores

Si bien se mencionó que la mayoría de los videos son creados por cuentas anónimas que reproducen contenido, eso no quita que no haya una serie de portavoces de derecha que aparecen como protagonistas de los mismos.

Haciendo un relevo de los videos analizados, se muestra una tendencia en que las personas protagonistas de los mismos sean individuos desconocidos que contaban sus experiencias; los únicos referentes conservadores de derecha públicamente reconocidos que aparecieron de manera sostenida a lo largo del corpus son Emmanuel Dannan, Agustín Laje y Ben Shapiro. Se puede definir a Emmanuel Dannan como un creador de contenido y músico argentino que se posiciona como uno de los referentes de la derecha libertaria en redes sociales. Su discurso suele centrarse en la defensa de la libertad individual, el rechazo hacia el Estado y sus intervenciones, además de una crítica feroz al feminismo.

Agustín Laje es un politólogo, escritor y conferencista argentino, conocido por su postura conservadora, anticomunista y anti-ideología de género. Junto con Nicolás Márquez, escribió el libro "El Libro Negro de la Nueva Izquierda", en el que critica lo que ellos llaman "la nueva izquierda" global, argumentando que busca imponer la "ideología de género" como un medio para destruir los valores tradicionales de la familia y la nación, es un conferencista muy popular entre sectores conservadores de América Latina.

Por último Ben Shapiro es un comentarista político, abogado y periodista estadounidense, conocido por ser una de las voces más prominentes de la derecha conservadora en Estados Unidos. Escribió "Cómo debatir con los izquierdistas y destruirlos: 11 reglas para ganarles la discusión" entre otros libros, es cofundador del sitio web de

noticias y opinión conservador The Daily Wire y ha sido un crítico feroz del feminismo y la "cultura woke" en Estados Unidos.

Una característica en común de estos tres referentes de derecha es que si bien cuentan con sus propias cuentas de TikTok, sus discursos son reproducidos por múltiples cuentas anónimas y los contenidos que replican son recortes de entrevistas en televisión, conferencias y debates.

Más allá de eso, es importante destacar que muchos de los contenidos difundidos por los creadores de contenido en TikTok no son originales de la plataforma, sino fragmentos de conferencias, entrevistas televisivas u otros espacios mediáticos. Esto demuestra que, aunque estos influencers cuidan y promueven cuidadosamente su presencia digital, su activismo no se limita a las plataformas virtuales. Lo complementan con intervenciones en medios más tradicionales, como apariciones en programas de televisión, participación en actos políticos, eventos organizados por fundaciones y centros de pensamiento, e incluso con la publicación de libros que alcanzan una amplia difusión. Estas incursiones en el mundo offline son cruciales ya que otorgan a sus discursos un tono de legitimidad, proyectándolos como voces autorizadas tanto en el ámbito digital como en el presencial.

La combinación de estas dos esferas —online y offline— refuerza su capacidad para llegar a audiencias que transitan diferentes espacios, especialmente a las juventudes, ya que el entorno digital se ha convertido en el espacio principal donde ganan notoriedad, movilizan audiencias y adquieren relevancia ante un público que no frecuenta los medios tradicionales. Tal como plantean Castro Martínez y Díaz Morilla (2021) las plataformas digitales posibilitan el acercamiento al electorado joven (Hendricks y Denton, 2010). Por otro lado la transmisión del ideario político a través de estas plataformas se potencia mediante la personalización como estrategia, encarnada en los líderes de cada partido, tal como destaca Orejuela (2009 como se cita en Castro Martínez y Díaz Morilla, 2021, p.70).

En este sentido, los autores siguen diciendo que la política no escapa al culto a la imagen y el individualismo propio de las redes sociales, que potencian el “fortalecimiento del liderazgo individual frente a las estructuras partidistas tradicionales” (López-García, 2016:151). En estos entornos digitales, los mensajes que provienen de cuentas o figuras con las que las personas usuarias tienen cierta familiaridad son más permeables y propensos a ser escuchados y repetidos. Esto explica por qué los referentes conservadores logran captar con éxito la atención de las audiencias jóvenes, quienes no solo consumen el contenido, sino que también interactúan activamente con él. Lo que importa no es tanto la cantidad de seguidores de los referentes conservadores sino contar con personas que magnifiquen sus mensajes

dentro de sus propias comunidades y contar con una audiencia activa que participe, comparta contenido o exprese su apoyo con "me gusta". Tener miles de seguidores no garantiza votos, pero sí una mayor visibilidad y capacidad de influencia. En este sentido, el componente de viralidad es clave para que la "calle online" se convierta en un espacio donde los referentes de derecha logren posicionarse, consolidando su presencia a través de un activismo que combina lo digital y lo presencial, y que no solo busca números, sino generar un impacto duradero.

El papel de los referentes conservadores en las redes sociales no sólo está determinado por la viralidad de sus mensajes, sino que se inscribe en un contexto sociopolítico que refleja un profundo desencanto con las estructuras políticas tradicionales. En este sentido, los jóvenes conservadores recurren a una estrategia discursiva que organiza sus argumentos en torno a la "batalla cultural", posicionándola como una lucha primordial, un espacio en el que se define el destino de la sociedad. Este concepto, no solo se presenta como una reacción frente a la política oficial, sino como una respuesta a los movimientos progresistas, especialmente al feminismo, la ideología de género y las políticas de diversidad sexual. Según Saferstein como se cita en Semán (2021, p. 126), esta "batalla cultural" se erige como la madre de todas las batallas, donde los jóvenes conservadores defienden un orden moral natural contra lo que consideran un relato ideológico que distorsiona la realidad. Este contraste entre el dato y el relato, entre la naturaleza objetiva y la retórica progresista, es clave para entender cómo los referentes conservadores movilizan a sus seguidores. Aquí entra en juego la teoría de los marcos de George Lakoff, quien argumenta que los marcos son estructuras mentales que organizan la información y guían cómo las personas entienden el mundo. Lakoff sostiene que los marcos no sólo estructuran las percepciones, sino que también tienen un impacto directo en la política. En este caso, los jóvenes conservadores han adoptado un marco que divide el mundo en términos de dato y relato. En este marco, el orden natural es presentado como un valor inmutable y la lucha contra el relato progresista se convierte en un esfuerzo por restaurar lo que se entiende como la verdad inherente a la naturaleza, a la biología y a las tradiciones sociales.

La clave aquí es que, mediante la utilización de estos marcos, los referentes conservadores no solo reaccionan a los movimientos progresistas, sino que construyen un espacio discursivo en el que la política se entiende no sólo como una cuestión de intereses, sino como una cuestión de principios morales fundamentales. La batalla cultural se transforma, entonces, en un campo de lucha por el sentido común, donde lo natural y lo objetivo se convierten en las bases de la identidad política de una juventud que busca reafirmar su lugar en un mundo percibido como en crisis moral y cultural.

La teoría de los marcos de Lakoff, es útil para comprender cómo las juventudes se pliegan ante discursos conservadores que responden a situaciones políticas concretas que construyen una narrativa poderosa y movilizadora en la que los opositores son presentados como defensores de un relato ajeno a la realidad, mientras que los conservadores son los guardianes de una verdad natural, inmutable y supuestamente objetiva. Este tipo de marcos permite que los discursos políticos traspasen el ámbito estrictamente ideológico y se impregnen en el sentido común, configurando así un campo de batalla mucho más amplio, que involucra la cultura, la moral, las creencias colectivas y las plataformas digitales.

Esta estrategia no solo fortalece la identidad de la juventud conservadora, sino que también les otorga un sentido de legitimidad al presentar sus argumentos como los correctos frente a un supuesto enemigo que se desvía de una realidad "natural" y objetiva.

¿Qué nos dicen las etiquetas?

Como se ha planteado en apartados anteriores la metodología utilizada es el de las humanidades digitales, en este caso trabajamos con una técnica de lectura distante. Se retomó a Manovich (2012) que dice que no hay que elegir entre la magnitud de la información y su profundidad, sino que en vez de tener que generalizar desde pequeños ejemplos o depender de la intuición, se pueden estudiar patrones culturales exactos formados por millones de textos culturales. En el caso de esta investigación se decidió analizar las etiquetas de información que usan los creadores de contenidos, ver qué significan y observar las recurrencias presentes. De este modo, los hashtags identifican movimientos, reclamos y consignas (Mérida, 2022), actuando como estrategias cuya funcionalidad varía según el contexto pero que mantienen la capacidad de sintetizar demandas sociales y crear espacios de discusión. Estas etiquetas permiten codificar narrativas de manera simplificada, generando una comunidad discursiva que se moviliza en torno a la interpretación colectiva de temas sociales. Así, no sólo etiquetan temas específicos, sino que articulan un núcleo de sentido compartido que amplifica y refuerza identidades colectivas en el espacio digital.

Tabla 3 Hashtags más mencionados

1	#ideologiadegenero
2	#derechajoven
3	#antiglobalismo
4	#parati
5	#antifeminismo
6	#fyp
7	#rechazo
8	#xyzbca
9	#politicaderecha
10	#basado

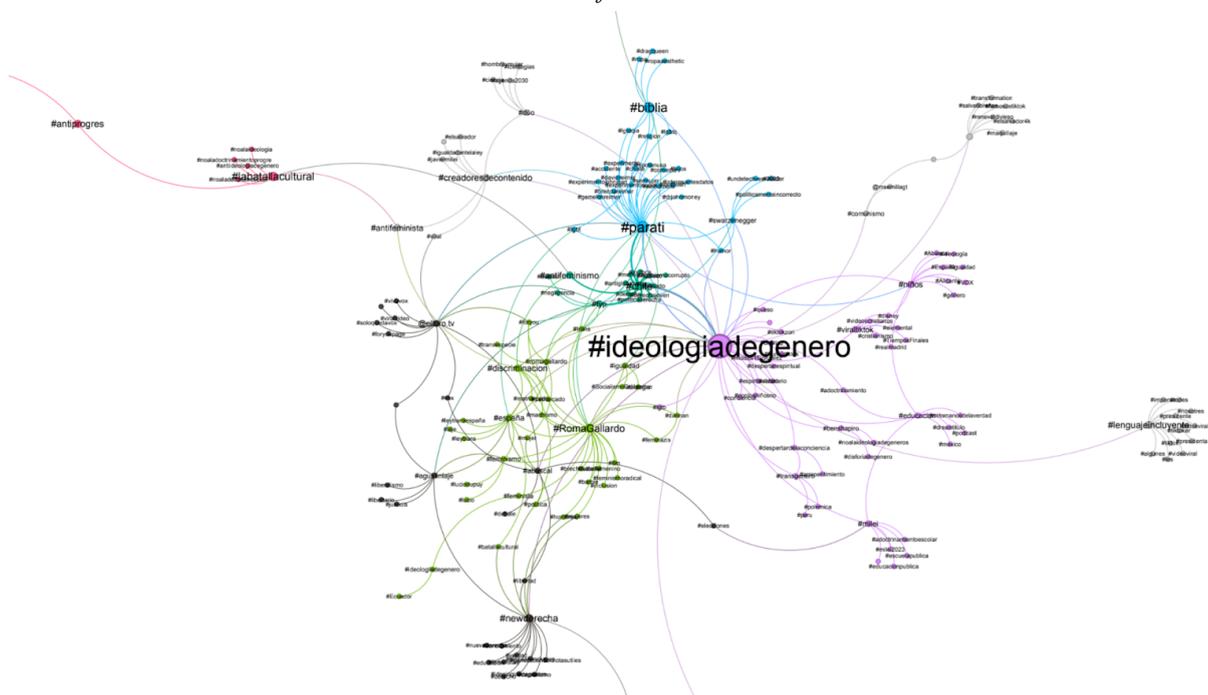
Fuente: elaboración propia

La tabla muestra una lista de los 10 hashtags más mencionados en el conjunto de videos analizados. Entre las etiquetas que se destacan se encuentran #ideologiadegenero, #derechajoven, #antiglobalismo, #antifeminismo, y #politicaderecha, que señalan temáticas centrales de los discursos conservadores en la plataforma. También aparecen hashtags relacionados con estrategias para aumentar la visibilidad del contenido, como #parati y #xyzbca.

La combinación de las etiquetas en esta lista revela una clara estrategia de posicionamiento de los creadores de contenidos dentro de TikTok. Por un lado, se utilizan etiquetas específicas que apelan a nichos ideológicos, como #derechajoven o #antifeminismo, lo cual ayuda a agrupar a una audiencia que se identifica con estos valores y movilizar a grupos que comparten estas ideas. Estos hashtags no sólo son usados para marcar posiciones políticas, sino también para generar comunidad en torno a identidades conservadoras o críticas de ciertas tendencias progresistas. Por otro lado, el uso de etiquetas como #xyzbca muestra una intención clara de aprovechar los algoritmos de la plataforma para amplificar el alcance de los contenidos. Es interesante la aparición del hashtag #fyp que en TikTok significa feo y pobre; esta etiqueta si bien puede ser entendida como una estrategia de posicionamiento en la plataforma también marca una clara tendencia hacia el público frente al cual quieren posicionarse los creadores de contenido.

En el análisis de las etiquetas utilizadas por los creadores de contenido conservadores en TikTok, no sólo es relevante observar cuáles son los hashtags más frecuentes, sino también cómo se agrupan y relacionan entre sí. Este ejercicio nos permite identificar patrones discursivos y conexiones temáticas que revelan las dinámicas subyacentes en la difusión de mensajes en la plataforma. De esta manera, al estudiar los vínculos entre los hashtags, emergen redes de significados que trascienden el ranking de popularidad, aportando una comprensión más profunda de las estrategias ideológicas y de posicionamiento que emplean los usuarios para amplificar su alcance y generar comunidad.

Gráfico 1



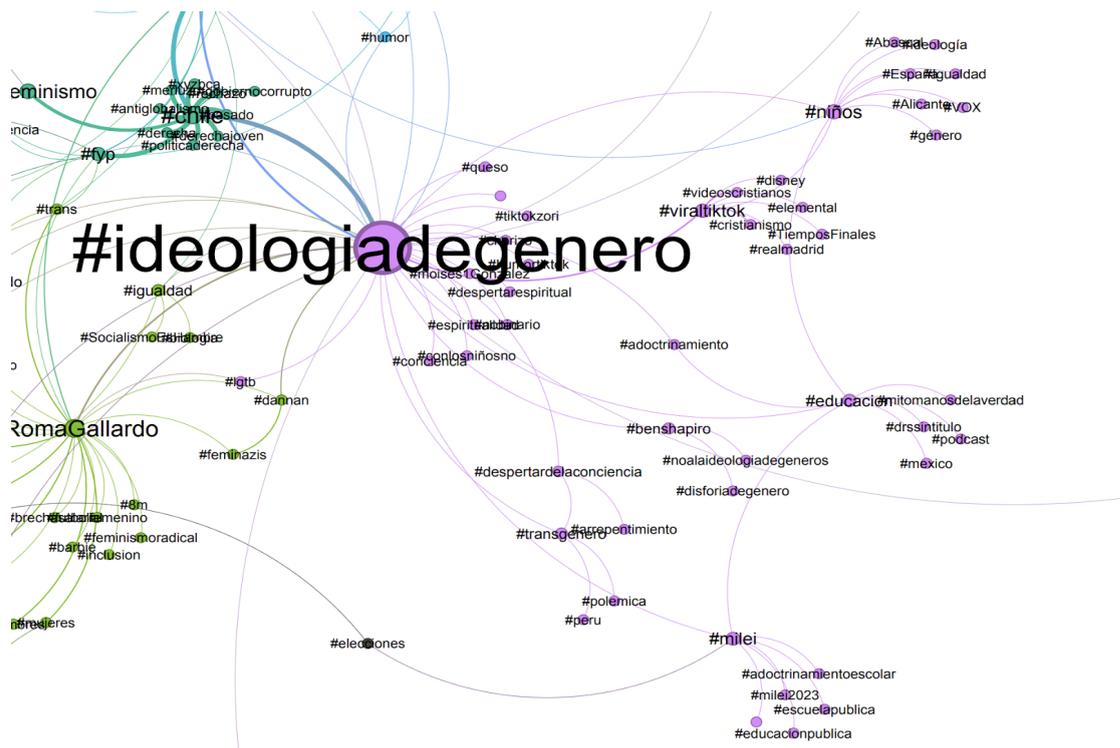
Red de conexiones entre los hashtags de los videos relevados

Cuando se ven los patrones de relaciones que tienen los hashtags se ven otros tipos de relaciones que difieren del ranking presentado anteriormente. El hashtag principal es #ideologiadegenero que se relaciona con el mismo color para denotar su vínculo más directo con otras palabras claves como #benshapiro, #adoctrinamiento, #conciencia, #conlosniñosno, #despertardelaconciencia, #transgenero, #cristianismo, #disforiadegenero, #noalaideologiadegenero entre otros. Estos hashtags refuerzan debates polarizados sobre la identidad de género y refuerzan la "ideología de género", una narrativa comúnmente impulsada por sectores conservadores.

Más allá de esto, también se notó que dentro de esos nudos de relaciones aparece fuertemente una presencia del debate español con los hashtags #Vox, #Alicante, #España,

#Igualdad, #niños lo que da a entender que el posicionamiento de esos videos o quienes los realizan son afines a las ideas partidarias del grupo Vox, partido político español de derecha, que se ha destacado por su postura firme en contra del independentismo catalán y las políticas progresistas, especialmente en temas de género y derechos LGBTIQ+. Este grupo promueve una visión nacionalista y tradicional, con énfasis en la preservación de valores conservadores como la familia y la religión.

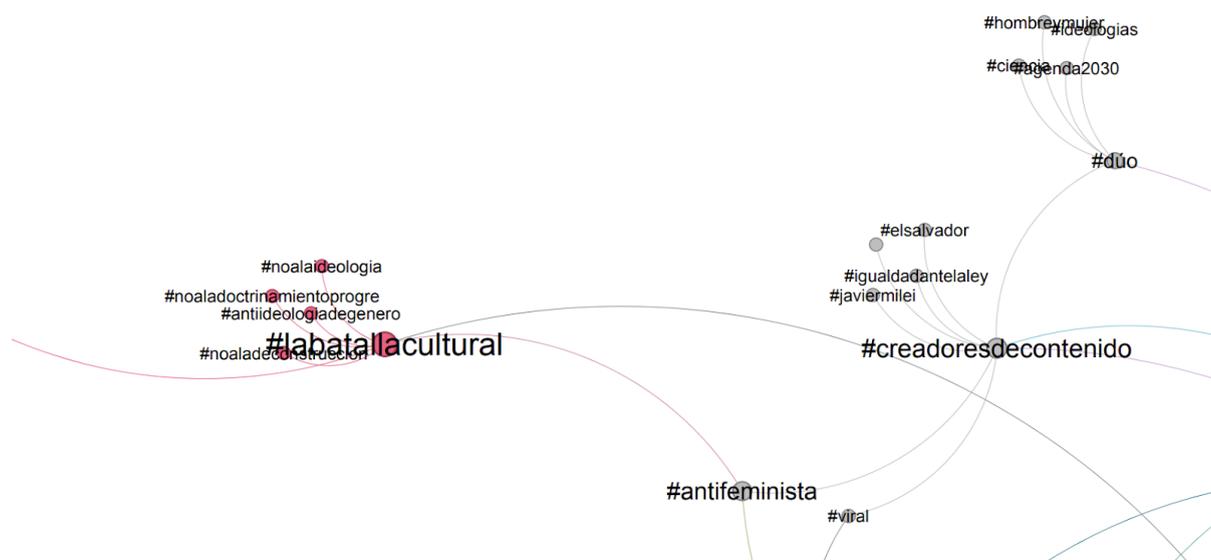
Gráfico 2



Detalle de red de conexiones

Otro nodo fuerte es #RomaGallardo, el mismo es un creador de contenido español conocido principalmente por su actividad en YouTube y otras plataformas como Instagram y TikTok, donde aborda temas sociales y políticos desde una perspectiva crítica hacia el feminismo, las políticas de género y el progresismo, este se encuentra unido a otros referentes de derecha como Emmanuel Dannan (#dannan) y Agustín Laje (#laje). Dentro de la red de conexiones que los rodea se pueden observar #feminazis, #feminismoradical, #8m que evocan a los contenidos con los que antagoniza como también #lucio, #luciodupuy un caso que fue tomado por el referente conservador argentino para antagonizar contra el feminismo hegemónico.

Gráfico 4



Detalle red de conexiones

Otro conjunto de hashtags que resulta relevante es #creadoresdecontenido, #viral y #dúo, los cuales son característicos de la dinámica propia de la plataforma y están orientados a optimizar el posicionamiento del contenido dentro del algoritmo de TikTok. A diferencia de las etiquetas con carga ideológica, estos términos no pertenecen a un marco discursivo específico, sino que responden a estrategias de visibilidad y difusión. Su presencia en distintas partes del gráfico destaca la importancia y necesidad de emplear etiquetas que favorezcan el alcance y la viralización del contenido en esta red social. También resalta es el #parati, uno de los hashtags más usuales de la red para posicionarse, lo interesante de este concepto es que tiene una relación directa con la etiqueta #biblia y se vincula tanto con #lgbtqia, #lgbtq, #religion pero se destacan en esta parte de los gráficos junto con los hashtags #gemelosreimer y #drjohnmoney. Los gemelos Reimer, Brian y Bruce (luego renombrado como David), fueron protagonistas de uno de los casos más conocidos en la historia de la psicología y la medicina en relación al estudio de la identidad de género. Nacidos en 1965, los niños estuvieron en el centro de un controvertido experimento llevado a cabo por el psicólogo y sexólogo John Money, quien promovía la idea de que la identidad de género era totalmente moldeable por el entorno y la crianza, más allá de los factores biológicos. Este caso generó un debate ético profundo sobre las intervenciones quirúrgicas y los tratamientos de reasignación de género en niños sin su consentimiento. De este modo, no es raro que esté unido a la etiqueta #biblia como también al de #dragqueen ya que se plantean

ideológicos se ven profundamente influenciados por las lógicas propias de los medios digitales.

Cámaras de eco algorítmicas

Una de las tendencias observadas al analizar los videos como a los creadores de contenido y su interacción con las audiencias, es la presencia de ciertas recurrencias propias de la plataforma. Las dinámicas algorítmicas juegan un papel fundamental al reforzar fenómenos ya abordados en el marco teórico, como el "filtro burbuja" descrito por Eli Pariser, que limita el acceso a puntos de vista diversos y fomenta la creación de comunidades ideológicamente homogéneas. En este contexto, TikTok se presenta como una plataforma que no solo facilita el entretenimiento y el consumo de contenido político para las audiencias jóvenes, sino que también refuerza un ecosistema informativo en el que se perpetúan las mismas ideas, sin generar disonancias o tensiones cognitivas.

Desde la perspectiva de Pariser, el "filtro burbuja" limita la exposición de las personas usuarias a información que desafíe sus creencias preexistentes, lo que genera una especie de cámara de eco donde solo se accede a contenidos alineados con sus intereses. Esta práctica es particularmente evidente en TikTok, donde el algoritmo personaliza el contenido con el objetivo de mantener a las personas usuarias dentro de la plataforma por el mayor tiempo posible. Esta dinámica refuerza la idea de que el mercado, como señala Lessig, establece los límites de la libertad a través de estrategias comerciales que priorizan el consumo ininterrumpido por sobre el pensamiento crítico. TikTok actúa no sólo como un medio de comunicación política, sino también como un espacio de interacción en el que la audiencia joven, que está en pleno proceso de formación de su identidad política, accede a un contenido cuidadosamente curado para evitar rupturas o confrontaciones con ideas diferentes. Este fenómeno no es fortuito, sino que responde a decisiones intencionales de diseño algorítmico orientadas a maximizar el tiempo de permanencia en la plataforma, manteniendo a las personas dentro de sus "burbujas" ideológicas.

Es importante reflexionar sobre las consecuencias de este tipo de ecosistemas digitales. Si bien las redes sociales han democratizado el acceso a la creación y distribución de contenido, el algoritmo de TikTok también fomenta la proliferación de espacios propicios para la desinformación. Este entorno facilita la difusión de ideas conspirativas, como las relacionadas con la "agenda 2030", sin que exista una contraposición crítica o un debate riguroso que las cuestione. La falta de diversidad informativa y la creación de cámaras de eco

refuerzan esta tendencia, donde las personas están expuestas principalmente a contenidos alineados con sus intereses, limitando así el acceso a una visión más completa y plural de los hechos. Esto plantea interrogantes sobre el rol de las plataformas en la difusión de ideas políticas y sociales, y sobre cómo las decisiones comerciales están moldeando las discusiones que afectan el núcleo de nuestras sociedades.

En este sentido, es crucial destacar que estas cámaras de eco digitales no expanden los mensajes, sino que limitan la capacidad de las personas para acceder a información diversa. En lugar de garantizar un equilibrio en la libertad de elección de los contenidos que aparecen en pantalla, se refuerzan patrones que restringen la pluralidad informativa y el diálogo. Lejos de fomentar la diversidad, las personas usuarias son expuestas a contenidos remixados que refuerzan consignas simplificadas, muchas veces carentes de rigor académico o científico. Esta dinámica termina retroalimentando discursos simplistas, reduciendo la complejidad de los debates a eslóganes repetitivos y desprovistos de análisis crítico.

Conclusión

A lo largo de este trabajo se analizó el discurso conservador antifeminista propagado en videos publicados en TikTok y sus mecanismos de circulación a través de la misma plataforma. Desde el inicio, se planteó que esta plataforma ha emergido como un espacio clave para la difusión de contenidos conservadores, especialmente entre las generaciones más jóvenes. A través del análisis realizado, se buscó mostrar cómo la lógica propia de la red, basada en la viralización de videos y su capacidad de llegar rápidamente a grandes audiencias, ha sido aprovechada por sectores conservadores para amplificar sus mensajes y posicionarse en debates culturales y políticos contemporáneos. En este caso la coyuntura resulta clave, TikTok se instala de manera global previo a la pandemia de COVID-19 y su crecimiento exponencial a fines del 2023 le permite ser un espacio fértil para que creadores de contenidos simpatizantes de la derecha amplifiquen sus mensajes.

Uno de los hallazgos más interesantes fue que estos contenidos no suelen ser originales, sino que representan una reutilización de material preexistente. Es decir, los videos de estos grupos frecuentemente son fragmentos o recortes de contenidos provenientes de otras plataformas digitales y medios de comunicación tradicionales no vinculados directamente con el entorno digital.

En este sentido, lo que se evidencia es un fenómeno de *crossmedia*, donde un mismo contenido es adaptado y redistribuido en diferentes espacios digitales sin atender a las especificidades de cada plataforma. En lugar de priorizar la originalidad o ajustar el contenido a la lógica propia de TikTok, los creadores conservadores colocan la ideología en el centro de su discurso, replicando y redistribuyendo mensajes que refuercen su postura en una variedad de formatos, desde galerías de imágenes y video reacciones hasta entrevistas. Esta circulación de contenidos tiende a quedarse en una dimensión superficial, sin alcanzar un análisis profundo o una reflexión crítica, lo que limita el impacto del discurso a la mera repetición de ideas.

Como señala Almudena García (Hipertexto PRIGEPP Globalización, 2021, p. 6), “internet no es más que una esfera de consumo en estado puro, incluso de las ideas que intentan transformar la realidad que va más allá de las propias máquinas”. Esta afirmación refleja cómo, en la lógica de consumo digital, las ideas se adaptan y viralizan sin una reflexión profunda sobre su contenido o implicaciones pero a pesar de eso, es un espacio a ser ocupado desde los diferentes activismos vinculados a la diversidad de género.

Es a través y por la globalización tecnológica que los feminismos en América Latina han tenido la posibilidad de difundir miradas diferentes sobre la cultura y la realidad (Hipertexto PRIGEPP, Globalización, 2021, 2) dando lugar a un espacio de interacción que facilita tanto la visibilización de nuevas ideas como la reproducción de discursos tradicionales. Si bien el feminismo ha aprovechado esta dinámica para visibilizar luchas que no encuentran espacio en los medios convencionales, las derechas también han encontrado en estas plataformas un terreno ideal para difundir sus mensajes, muchas veces acompañados de desinformación y noticias falsas.

Internet se configura como un territorio inherentemente político, y TikTok no es la excepción. Aunque esta plataforma es relativamente reciente y se presenta principalmente como un espacio de entretenimiento y recreación, no deja de operar como un micromedio dentro del ecosistema digital. Al igual que en otros espacios virtuales, esta plataforma se convierte en un campo de disputa simbólica, donde tanto movimientos progresistas como grupos conservadores compiten por la conquista de audiencias, aprovechando la rápida viralización que facilita este tipo de contenidos.

La interfaz, como plantea Scolarì, se convierte en una herramienta política que regula las formas de consumo, proponiendo una manera específica de interactuar con el contenido. La arquitectura de la red no solo organiza el acceso a la información sino que también define los tipos de interacciones posibles, moldeando las experiencias y limitando los alcances en

función de las reglas implícitas del diseño algorítmico. A través de los hashtags que tienen los videos se identifican consignas y conceptos que ordenan los focos de debate y setean la agenda algorítmica. La generación de estas etiquetas pueden regular qué tipo de contenidos llegan a las personas usuarias y controlar la información de manera similar a como se realiza en estructuras sociales tradicionales (Lessig 2001).

En el caso de TikTok, es a través de los temas recurrentes que se fueron analizando, la estructura de red de los videos y su convergencia como así con la retransmisión en la plataforma de las conferencias *offline* y entrevistas de televisión que se muestra una interacción sólida que reafirma la existencia de un activismo conservador. Tal como comenta Church (2022) los medios sociales cultivan más la polarización entre los individuos de los grupos de identidad política que la comunicación en persona generando una mínima exposición de las personas usuarias a actitudes diversas y reforzando la idea de una “cámara de eco” en las diversas comunidades que acceden a los contenidos. De este modo, las interfaces facilitan la creación de burbujas ideológicas donde las personas usuarias son expuestas a contenidos que refuerzan sus creencias preexistentes, limitando así la diversidad de ideas y la posibilidad de un debate más amplio. Los espacios digitales, lejos de ser neutros, están profundamente atravesados por dinámicas políticas que, como hemos visto, favorecen la viralización de contenidos que no necesariamente fomentan el pensamiento crítico, sino que refuerzan sesgos y polarizaciones.

Dentro de las líneas reflexivas que encontramos a lo largo del trabajo están las narrativas utilizadas. Estos discursos conservadores no solo se posicionan en oposición a las demandas feministas o de diversidad sexual, sino que además construyen su propia narrativa identitaria. La noción de "defender lo tradicional" se enmarca dentro de una retórica que busca restaurar un supuesto orden natural, donde las diferencias biológicas de género y los roles de la familia tradicional son presentados como verdades talladas en piedra. Este enfoque no solo es una respuesta a las demandas progresistas, sino que es una reafirmación de valores que, al ser difundidos a través de contenido viral, adquieren una capa de legitimidad y contemporaneidad, especialmente entre audiencias jóvenes que no necesariamente se identifican con la política tradicional.

Siguiendo las reflexiones a nivel contenido, ya se ha mencionado que no se trata de producciones genuinas pensadas para la plataforma sino que provienen de otras redes o medios. El rol de los creadores de contenido en este contexto no es tanto el de innovar en los mensajes, sino el de proponer formatos que faciliten el consumo rápido y directo de estas

ideas. En este sentido, estos actores actúan más como curadores que seleccionan y amplifican ciertos discursos, más que como personas pensadoras o críticas.

Al aprovechar el diseño algorítmico de TikTok, los influenciadores utilizan formatos breves que buscan generar una respuesta emocional inmediata, ya sea desde la alarma y la indignación o desde la parodia, muchas veces plagados de desinformación. Estos sentimientos que intentan explotar, apelan a las audiencias jóvenes que, al encontrarse en sus procesos formativos de identidad, son particularmente susceptibles a la simplificación de debates complejos. Esta dinámica emotiva se alinea con la idea de Lakoff (2016), que sostiene que la autoridad se justifica por la moralidad, ejemplificando la versión del "padre estricto". En este marco, se propone que, en un mundo ordenado, debería existir una jerarquía moral en la que aquellos que han dominado deben continuar en esa posición de opresión.

El activismo conservador busca reforzar esta estructura jerárquica, apelando a la necesidad de un orden moral que responde a una interpretación tradicional de la autoridad que genera una sensación de simpleza y claridad creando una narrativa fácil de digerir para una estructura moral alineada con los valores conservadores.

De este modo, los recursos afectivos son efectivos para captar la atención de audiencias que consumen los contenidos de manera fugaz, sin profundizar en los temas tratados. Estos videos, aunque parecen inofensivos o destinados únicamente a entretener, cumplen un rol ideológico fundamental, ya que trivializan temas delicados como la identidad de género o los derechos de las disidencias sexuales, reforzando posturas conservadoras al ridiculizar la diversidad y la inclusión.

En cuanto a las audiencias que consumen estos contenidos, se observa que el algoritmo de TikTok, al personalizar los contenidos según los hábitos y preferencias de las personas usuarias, refuerza la exposición a ideas afines y excluye las voces disidentes. De esta manera, se consolidan los filtros burbuja, en los que las personas se encuentran en un entorno donde solo se les muestra aquello que refuerza sus creencias previas, esto favorece la creación de multitudes conectadas con ideas de derecha.

El activismo conservador en TikTok se sustenta en una jerarquización que privilegia las voces masculinas y margina deliberadamente las experiencias de las disidencias de género y de las mujeres. A diferencia de los movimientos progresistas, que tienden a promover la creación de comunidades horizontales y participativas, esta forma de militancia persigue la consolidación de una estructura vertical, en la que las ideas se transmiten desde posiciones de autoridad. Es importante señalar que estos emisores de discursos conservadores no son necesariamente los mismos que los creadores de contenido, sino que existe una

diferenciación entre quienes articulan esas ideologías, los creadores que las replican, y las plataformas que facilitan su difusión. Este activismo conservador difiere del progresista ya que no se basa en la idea de colectivo, sino en un modelo individualista y jerárquico, donde referentes de derecha tales como Agustín Laje, Emmanuel Dannan predominan y se erigen como las voces legítimas del discurso, relegando al resto de su colectivo a un segundo plano.

Este distanciamiento entre los emisores de los discursos, los creadores de contenido y las audiencias de TikTok refuerza una dinámica en la que las personas usuarias se convierten en meros espectadores, sin una interacción real o significativa. La relación comunicativa, por tanto, se establece de manera unidireccional, en lugar de fomentar un intercambio dialógico o crítico.

A través de sus algoritmos y hashtags, la plataforma facilita esta propagación al priorizar contenidos que refuerzan estas estructuras, normalizando un discurso conservador que promueve la restauración de un "orden natural" supuestamente perdido, y que rechaza la diversidad como una amenaza a la estabilidad social.

Lejos de democratizar el acceso a una pluralidad de voces o ideas, la red social tiende a generar una retroalimentación cerrada de contenidos que simplifican los debates complejos. Esta superficialidad de los discursos no solo limita el espectro de opiniones disponibles, sino que también fortalece un entorno donde la diversidad es sistemáticamente invisibilizada y deslegitimada.

Es clave reflexionar sobre el impacto que este tipo de dinámicas puede tener en el largo plazo, la construcción de subjetividades y la circulación de ideas en el ámbito digital. La participación de las juventudes donde el debate serio es sustituido por interacciones fugaces, plantea un desafío tanto para los movimientos progresistas como para los estudios sobre la construcción de la identidad digital.

TikTok, como espacio de interacción política y cultural, se ha consolidado como una herramienta poderosa para la difusión de ideologías conservadoras que no solo resisten a los cambios promovidos por los movimientos feministas y de diversidad sexual, sino que activamente los combaten. Este enfrentamiento se da en un terreno donde las audiencias jóvenes, lejos de cuestionar lo que consumen, ven sus creencias reforzadas por los filtros burbuja que el propio algoritmo promueve. En este sentido, las plataformas digitales no solo son espacios de entretenimiento, sino campos de batalla ideológicos en los que se disputa la hegemonía cultural.

El análisis del corpus de videos, comentarios ha permitido identificar patrones claros en la difusión de contenidos vinculados a la ideología de género. A través de la construcción

de una tipología de estos contenidos, se ha podido observar cómo las ideas de derecha, lejos de surgir de una comunidad o colectivo, se expanden y alimentan en un contexto que favorece la desinformación, el aislamiento ideológico de las audiencias y orientadas hacia un activismo individualista.

El género, entendido como sistema de poder que articula y perpetúa desigualdades (Gamba, 2021, p. 447), es central en los discursos hegemónicos analizados. Los creadores de contenido conservadores refuerzan este sistema al promover una narrativa basada en la defensa de lo tradicional, en clara oposición a las demandas de igualdad y diversidad. Estos videos, aunque presentados bajo una capa de entretenimiento, juegan un rol ideológico clave, movilizandando emociones como el miedo, la indignación o la ridiculización, lo que fomenta la aceptación acrítica de los mensajes y la invisibilización de la diversidad.

Por lo tanto, esta plataforma se consolida como un espacio de interacción política que normaliza discursos conservadores y perpetúa estructuras de poder desiguales. Este fenómeno plantea un reto significativo tanto para los movimientos progresistas como para los estudios sobre la construcción de la identidad digital, y resulta crucial seguir explorando los efectos de estas nuevas formas de militancia digital en la formación de subjetividades y en la disputa por la hegemonía cultural.

Bibliografía

Amnistía Internacional. (2023). Informe TikTok Argentina.

<https://amnistia.org.ar/wp-content/uploads/delightful-downloads/2023/11/Informe-TikTok-Arentina.pdf>

Barcenas Barajas, K. (2022). El movimiento antigénero en México: de las alianzas estratégicas a los horizontes de gubernamentalidad.

Bloomberg. (2020, 30 de septiembre). TikTok users in UK, Germany, France, Italy, Norway: Ages, screen time, open rates. Bloomberg.

<https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-09-30/tiktok-users-in-uk-germany-france-italy-norway-ages-screentime-open-rates>

Business of Apps. (2023). TikTok Statistics. Business of Apps.

<https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/>

Butale, C. (2017). Género y globalización: Una mirada desde el Sur global. Nueva Sociedad, (271), 141-149.

Butler, J. (2007). Sobre la vulnerabilidad del lenguaje. Feminaria, abril.

<https://tierra-violeta.com.ar/wp-content/uploads/2020/07/Feminaria30-31.pdf>

Butler, J. (n.d.). No disparen contra la ideología de género. Página 12.

<https://www.pagina12.com.ar/171657-no-disparen-contra-la-ideologia-de-genero>

Castro Martínez, A., & Díaz Morilla, P. (2021). La comunicación política de la derecha radical en redes sociales. De Instagram a TikTok y Gab, la estrategia digital de Vox. Revista de Comunicación Política y Redes Sociales, 15(3), 67-89.

Church, L. (2022). TikTok's impact on political identity among young adults in the United States.

https://scholarsbank.uoregon.edu/xmlui/bitstream/handle/1794/27281/Church_Lauren_Thesis_CHC.pdf?sequence=2#:~:text=

Cortés Sequeira, S. (n.d.). Análisis de la obra: ¿La rebeldía se volvió de derecha? Cómo el antiprogresismo y la anticorrección política están construyendo un nuevo sentido común (y por qué la izquierda debería tomarlos en serio), de Pablo Stefanoni.

<http://orcid.org/0000-0002-3788-8985>

Duque, C. (2010). Judith Butler y la teoría de la performatividad de género.

<https://drive.google.com/file/d/13cEqoEAYj9NsnroL-IQS2b23p-OUEBdY/view>

Es falso que el género sea una ideología. (2024). Agencia Presentes.

<https://agenciapresentes.org/2024/08/18/es-falso-que-el-genero-sea-una-ideologia/>

Flores Mérida, A. (2022). Análisis de hashtags en Twitter: Uso estratégico de plataformas de #Verificado19s tras los sismos de 2017 en México. *Virtualis. Revista de Cultura Digital*, 13(24). <https://doi.org/10.46530/virtualis.v13i24.393>.

Forovalparaiso. (2010, 3 de mayo). Manuel Castells - Foro Valparaíso Parte 2 [Video]. YouTube. <https://youtu.be/bym8FDUd-Lc>

Gamba, S., & Diz, T. (2021). *Nuevo diccionario de estudios de género y feminismos*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Biblos.

Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York University Press.

Lakoff, G. (2016). El secreto del éxito de Donald Trump. *Revista Nuso*. <https://nuso.org/articulo/el-secreto-del-exito-de-donald-trump/>

La hormonización, la violencia, y la costumbre de hablar sin saber. (2023). Agencia Presentes. <https://agenciapresentes.org/2023/02/09/la-hormonizacion-la-violencia-y-la-costumbre-de-hablar-sin-saber/>

Lessig, L. (2001). *El código y otras leyes del ciberespacio*. Madrid: Taurus.

Manovich, L. (2012). From readers to pattern recognition. <http://thecreatorsproject.vice.com/blog/guest-column-lev-manovich-takes-us-from-readingto-pattern-recognition>

Morilla Díaz, P., & Martínez Castro, A. (2021). La comunicación política de la derecha radical en redes sociales. De Instagram a TikTok y Gab, la estrategia digital de Vox.

Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*.

Reguero Ríos, P. (2017). Ultraconservadores firmes contra Judith Butler. *El Salto Diario*. <https://www.elsaltodiario.com/brasil/ultraconservadores-firmas-judith-butler-brasil-insultos>

Riva, G. (2015). Franco Moretti: heraldo del futuro. *Reseña de Lectura distante* (Fondo de Cultura Económica).

Schuster, M. (2017, noviembre). Entre las luchas feministas y las respuestas conservadoras. Entrevista a Maxine Molyneux. *Nueva Sociedad*. <http://nuso.org/articulo/luchasfeministas-molyneux/>

Scolari, C. (2004). *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.

Scolari, C. (2021). *Las leyes de la interfaz*.

Semán, P. (n.d.). Está entre nosotros: ¿De dónde sale y hasta dónde puede llegar la extrema derecha que no vimos venir?

Sgró Ruata, M. C. (2021). Sexualidad, activismo conservador y redes socio-digitales. *Virtualis*, 12(23), 67-94. <https://doi.org/10.46530/virtualis.v12i23.384>

TikTok. (s.f.). Principios de la comunidad. TikTok.

<https://www.tiktok.com/community-guidelines/es/community-principles>

Tridens Technology. (2023). TikTok user statistics. Tridens Technology.

<https://tridenttechnology.com/tiktok-user-statistics/>

Van Dijck. (n.d.). Seeing the forest for the trees: Visualizing platformization and its governance.

[https://catedratos.com.ar/media/Spanish-Translation-of-Van-Dijck_-Seeing-the-forest-for-t
he-trees_-Visualizing-platformization-and-its-governance.pdf](https://catedratos.com.ar/media/Spanish-Translation-of-Van-Dijck_-Seeing-the-forest-for-the-trees_-Visualizing-platformization-and-its-governance.pdf)

Verón, E. (1983). Il est là, je le vois, il me parle. *Communications*, 38, “Enonciation et cinéma”, Paris.

Anexo - Base de datos scrapeada y analizada	
Link	
https://www.tiktok.com/@thecommonsensegod/video/7221955609770446122	Entrev...
https://www.tiktok.com/@fractalrebel/video/7234701383772015898	Entrev...
https://www.tiktok.com/@misterbatuta/video/7208184533064207621	Entrev...
https://www.tiktok.com/@nancy.pv2/video/7228949203379113221	Entrev...
https://www.tiktok.com/@elgalanhispano/video/7258589156337536283	Entrev...
https://www.tiktok.com/@mitomanos.delaverdad/video/7270000472667344133	Entrev...
https://www.tiktok.com/@liberalismopuro/video/7187927882088566022	Entrev...
https://www.tiktok.com/@tiny.reddit/video/7257439479919643950	Entrev...
https://www.tiktok.com/@ernestogo32/video/7096165075257396486	Entrev...
https://www.tiktok.com/@lilianacueva123/video/7148447406496009478	Entrev...
https://www.tiktok.com/@tiny.reddit/video/7256827003062570286	Entrev...
https://www.tiktok.com/@psic.kayrodriguez/video/7271430601499069701	Hablar...
https://www.tiktok.com/@joaquin.ostergaard/video/7221693162237070597	Hablar...
https://www.tiktok.com/@horisherem/video/7271041993340554501	Hablar...
https://www.tiktok.com/@socialismoeshambre/video/7253480083246058757	Hablar...
https://www.tiktok.com/@joaquin.ostergaard/video/7240634062950436101	Hablar...
https://www.tiktok.com/@moises1gonzalez/video/7226774740768361774	Hablar...
https://www.tiktok.com/@horisherem/video/7272118396832058630	Hablar...
https://www.tiktok.com/@joaquin.ostergaard/video/7246185492629196038	Hablar...
https://www.tiktok.com/@joaquin.ostergaard/video/7229496845553192197	Hablar...
https://www.tiktok.com/@joaquin.ostergaard/video/7213508924144684293	Hablar...
https://www.tiktok.com/@manueldisidente/video/7267921260368137477	Hablar...
https://www.tiktok.com/@aguslaje/video/7195636729783618822	Hablar...
https://www.tiktok.com/@scsho/video/7162143635583094021	Hablar...
https://www.tiktok.com/@agustinlajecips/video/7216572281525456134	Hablar...
https://www.tiktok.com/@thecommonsensegod/video/7241575168626216238	Hablar...
https://www.tiktok.com/@newderecha/video/7189641855246601477	Hablar...
https://www.tiktok.com/@joaquin.ostergaard/video/7235782265513479429	Hablar...
https://www.tiktok.com/@team_vox_15/video/7258231855340604698	Hablar...
https://www.tiktok.com/@perezgerman92/video/7251270335025188138	Hablar...
https://www.tiktok.com/@joaquin.ostergaard/video/7223180896432557318	Hablar...
https://www.tiktok.com/@newderecha/video/7199486505474198789	Hablar...
https://www.tiktok.com/@joaquin.ostergaard/video/7224677037422710021	Hablar...
https://www.tiktok.com/@soyzaideleon/video/7254091891568921883	Humor...
https://www.tiktok.com/@tiny.reddit/video/7262746469973658926	Humor...
https://www.tiktok.com/@thecommonsensegod/video/7222047900111572267	Humor...
https://www.tiktok.com/@dios_te_levanta/video/7250313761418988805	Humor...
https://www.tiktok.com/@chuchotriste_/video/7253875193251187973	Humor...
https://www.tiktok.com/@acquavivaoficial/video/7247313768638614789	Humor...
https://www.tiktok.com/@moises1gonzalez/video/7184978429283159342	Humor...
https://www.tiktok.com/@parry.parra/video/7153852773371579653	Humor...
https://www.tiktok.com/@i_am_ramon/video/7230588323192966427	Humor...
https://www.tiktok.com/@socialismoeshambre/video/7266240306897538310	Humor...
https://www.tiktok.com/@espiraldelsilencio/video/7217867899610942726	Testim...

Fecha	Título	Hashtag	Hashtag
4-14		#dannan	#ideologiadegen
5-18	Ideología de género 🗨️	#ideologiadegen	#espiritualidad
3-8			
5-3		#ideologiadegen	#adoctrinamiento
7-22		@eltoro.tv	@VOX España
8-22		#educacion	#mexico
1-12		#agustinlaje	#libertario
7-19	ROMA GALLARDO: ES MAS DIFÍCIL CONSE	#RomaGallardo	#feminista
2022-5-10		#creadoresdeco	#viral
2022-9-28	#!Atención ¿Tiene límites la	#ideologiadegen	#feminista
7-17	Si te digo que soy un perro? Me tratarías como	#romagallardo	#fyp
8-25	Respuesta a	@Connie K.	#psicologia
4-13	¿Cuál agenda de seguridad? 😊	#chile	#parati
8-24	pecados en la biblia	#parati	#religion
7-8	Entrevista a Tim Ballard ex Agente de la CIA e	#TimBallard	#soundoffredor
6-3	EL CUENTO PÚBLICO de Gabriel Boric	#chile	#parati
4-27	No puedo con esta noticia 😞	#transgenero	#ideologiadegen
8-27	prohibido vestirse de mujer según la biblia	#biblia	#religion
6-18	Venían a cambiar la política y terminaron sienc	#chile	#parati
5-4	¿Camila Vallejo hablando de libertad de expre:	#chile	#parati
3-22	Eliminaron los puntajes nacionales y crearon n	#chile	#parati
8-16		#milei	#milei2023 🇺🇦 🇵🇪
2-2	La ideología de género ha hecho mucho daño.	#feminismo	#lucio
2022-11-4	Sinceramente no sé que le pasa al mundo...	#fyp	#danann
4-3	LEY TR4NS RIDICULA	#españa	#laje
6-6		#commonsense	#transgender
1-17		#newderecha	#agustinlaje
5-21	¿Boric intentando hacer un limpiado de image	#chile	#parati
7-21	Abascal contra Pedro Sanchez y Yolanda Diaz	#abascal	#españa
7-2	El Real Madrid el unico equipo que no apoya l	#viraltiktok	#videoscristiano
4-17	¿Gobernando? Pero si vive en giras y en encu	#chile	#parati
2-13		#newderecha	#feministas
4-21	Los practicantes de La Moneda pretenden cre:	#chile	#parati
7-10		#ideologiadegen	#queso
8-2	Roma Gallardo Raccion a Dannan: "Barbie Inc	#RomaGallardo	#barbie
4-14		#dannan	#ideologiadegen
6-30	CON LOS NIÑOS NO A LA IDEOLOGÍA DE G	#protejamosanu	#losniñosnoseto
7-9	Arévalo y Samuel Pérez (Samulita) son lo mis	#comunismo	#ideologiadegen
6-21	¿Ustedes como reaccionarian a esta situación	#johnpatrickacqu	#acquaviva
1-4	Abro debate ¿están de acuerdo?	#moises1Gonza	#ideologiadegen
2022-10-13		#swarzenegger	#undetectedveenk
5-7		#parati	#foryou
8-11		#igualdad	#biologia
4-3	Personas transgénero arrepentidas: ¿El precic	#despertardelac	#transgenero

Hashtag	Hashtag	Hashtag	Hashtag	Hashtag	Hashtag
#feminazis					
#conciencia	#despertaespirii	#despertardelac	#lgbt		
#niños	#parati				
#parati	#foryou	#foryoupage	#fyp	#fypシ	#viral
#ideologiadegen	#adoctrinamient	#niños	#podcast	#mitomanosdela	#drssintitulo
#liberalismo	#fyp	#fypシ	#justicia	#feminismo	
#foryou	#fyp	#parati	#8m	#mujeres	#hombres
#parati	#argentina🇦🇷	#javiermilei	#ideologiadegen	#dúo	#antifeminista
#Ecuador					
#españa	#transespecie	#trans	#mujer	#ideologiadegen	#foryou
#genero	#identidaddegen	#lgbtq	#transition	#transgender	#saludmental
#xyzbca	#fyp	#derechajoven	#politicaderecha	#derecha	#antifeminismo
#lgbt	#lgbtq	#lgbtqia	#hijos	#ideologiadegen	#biblia
#soundoffreedor	#tratas	#cine	#jimcaviezel	#pelicula	#accion
#xyzbca	#fyp	#derechajoven	#politicaderecha	#derecha	#rechazo
#polemica	#peru				
#parati	#lgbt	#lgbtqia	#lgbtq	#ideologiadegen	#dragqueen
#xyzbca	#fyp	#derechajoven	#politicaderecha	#derecha	#rechazo
#xyzbca	#fyp	#derechajoven	#politicaderecha	#derecha	#antifeminismo
#xyzbca	#fyp	#derechajoven	#politicaderecha	#derecha	#antifeminismo
#milei2023	#elecciones	#educacion	#escuelapublica	#educacionpubli	#ideologiadegen
#luciodupuy					
#trans	#ideologiadegen	#negligencia			
#agustinlaje	#romagallardo	#leytrans	#feminismo	#batallacultural	#leytransespaña
#gender	#liberal	#politics	#children	#childhood	#genderidentity
#ideologiadegen	#capitalismo	#lenguajeinclusiv	#libertad	#verdad	#generacioneideid
#xyzbca	#fyp	#derechajoven	#politicaderecha	#derecha	#antifeminismo
#vox	#politica	#elecciones	#debate	#libertad	#mujer
#cristianismo	#realmadrid	#ideologiadegenero			
#xyzbca	#fyp	#derechajoven	#politicaderecha	#derecha	#antifeminismo
#ideologiasdege	#ideologia	#politica	#nuevaderecha	#mujeres	#hombres
#xyzbca	#fyp	#derechajoven	#politicaderecha	#derecha	#antifeminismo
#chorizo	#humor	#humortiktok	#tiktokzori	#fypシviral	
#dannan	#españa	#parati	#feminismo	#ideologiadegen	#inclusion
#feminazis					
ca💜					
#lgbt🌈	@msemillagt				
#progres	#progresismoab	#progresismoes	#progresistas🤗	#progresistas	#antiprogres
ero					
#políticamentein	#ideologiadegen	#2022	#fyp	#parati	#humor
#fyp	#serhombre	#sermujer	#ideologiadegen	#igualdad	#hipotenusa
#ideologiadegen	#feminismo	#SocialismoEsHambre			
#arrepentimiento					

Hashtag	Hashtag	Hashtag	Hashtag	Hashtag
#viralvideo	#vox	#vivavox	#soloquedavox	#abascal
#ideologiadegen	#politica	#españa	#feminazis	#trans
#elsalvador	#igualdadantelaley			
#johnmoney				
#rechazo	#antiglobalismo	#ideologiadegen	#basado	#merluzo
#eduardoveraste	#soundoffreedor	#sonidodeliberta	#peliculas	#estreno
#antiglobalismo	#ideologiadegen	#basado	#merluzo	#gobiernocorrup
#transgender	#trans	#ropa	#ropaaesthetic	
#antiglobalismo	#ideologiadegen	#basado	#merluzo	#gobiernocorrup
#rechazo	#antiglobalismo	#ideologiadegen	#basado	#merluzo
#rechazo	#antiglobalismo	#ideologiadegen	#basado	#merluzo
#adoctrinamientoescolar				
#lgbt	#ideologiadegen			
#nonsense	#stupid	#stupidpeople	#limits	#theend
iotasutiles				
#rechazo	#antiglobalismo	#ideologiadegen	#basado	#merluzo
#ideologiadegen				
#rechazo	#antiglobalismo	#ideologiadegen	#basado	#merluzo
#educación	#libertad	#derecho	#conocimiento	#batallacultural
#rechazo	#antiglobalismo	#ideologiadegen	#basado	#merluzo
#hombres	#mujeres	#feminismoradic	#lgbt	#trans
#antiprogre	#gowokegobroke	#woke	#woketeacher	#estudiantes
#humor	#chiste	#comedia		

Link al canal del usuario	Usuario	Alcance
https://www.tiktok.com/@thecommonsensegod	thecommonsensegod	945.2K
https://www.tiktok.com/@fractalrebel	fractalrebel	713.5K
https://www.tiktok.com/@misterbatuta	misterbatuta	637.2K
https://www.tiktok.com/@nancy.pv2	nancy.pv2	545.4K
https://www.tiktok.com/@elgalanhispano	elgalanhispano	5.1M
https://www.tiktok.com/@mitomanos.delaverdad	mitomanos.delaverdad	4.1M
https://www.tiktok.com/@liberalismopuro	liberalismopuro	3.2M
https://www.tiktok.com/@tiny.reddi	tiny.reddi	2.1M
https://www.tiktok.com/@ernestogo32	ernestogo32	1.8M
https://www.tiktok.com/@lilianacueva123	lilianacueva123	1.7M
https://www.tiktok.com/@tiny.reddi	tiny.reddi	1.2M
https://www.tiktok.com/@psic.kayrodriguez	psic.kayrodriguez	789K
https://www.tiktok.com/@joaquin.ostergaard	joaquin.ostergaard	984.9K
https://www.tiktok.com/@horisherem	horisherem	972.3K
https://www.tiktok.com/@socialismoeshambre	socialismoeshambre	938.6K
https://www.tiktok.com/@joaquin.ostergaard	joaquin.ostergaard	933.5K
https://www.tiktok.com/@moises1gonzalez	moises1gonzalez	866.5K
https://www.tiktok.com/@horisherem	horisherem	8.4M
https://www.tiktok.com/@joaquin.ostergaard	joaquin.ostergaard	750.5K
https://www.tiktok.com/@joaquin.ostergaard	joaquin.ostergaard	697.2K
https://www.tiktok.com/@joaquin.ostergaard	joaquin.ostergaard	591K
https://www.tiktok.com/@manueldisidente	manueldisidente	4.2M
https://www.tiktok.com/@aguslaje	aguslaje	2.7M
https://www.tiktok.com/@scscho	scscho	1.7M
https://www.tiktok.com/@agustinlajecips	agustinlajecips	1.6M
https://www.tiktok.com/@thecommonsensegod	thecommonsensegod	1.6M
https://www.tiktok.com/@newderecha	newderecha	1.6M
https://www.tiktok.com/@joaquin.ostergaard	joaquin.ostergaard	1.6M
https://www.tiktok.com/@team_vox_15	team_vox_15	1.6M
https://www.tiktok.com/@perezgerman92	perezgerman92	1.3M
https://www.tiktok.com/@joaquin.ostergaard	joaquin.ostergaard	1.3M
https://www.tiktok.com/@newderecha	newderecha	1.1M
https://www.tiktok.com/@joaquin.ostergaard	joaquin.ostergaard	1.1M
https://www.tiktok.com/@soyzoraidaleon	soyzoraidaleon	934.7K
https://www.tiktok.com/@tiny.reddi	tiny.reddi	907.3K
https://www.tiktok.com/@thecommonsensegod	thecommonsensegod	892.5K
https://www.tiktok.com/@dios_te_levanta	dios_te_levanta	723.1K
https://www.tiktok.com/@chuchotriste_	chuchotriste_	709.3K
https://www.tiktok.com/@acquavivaoficial	acquavivaoficial	578K
https://www.tiktok.com/@moises1gonzalez	moises1gonzalez	5.1M
https://www.tiktok.com/@parry.parra	parry.parra	2.9M
https://www.tiktok.com/@i_am_ramon	i_am_ramon	1.9M
https://www.tiktok.com/@socialismoeshambre	socialismoeshambre	1.6M
https://www.tiktok.com/@espiraldelsilencio	espiraldelsilencio	847.5K

https://www.tiktok.com/@arturoalvarezecu/video/7189042395013582085	Testim...
https://www.tiktok.com/@hugogg.27/video/7257298076111490310	Testim...
https://www.tiktok.com/@kimdelaselvatropical/video/7266500585753431298	Testim...
https://www.tiktok.com/@rociororu/video/7127441484428709125	Testim...
https://www.tiktok.com/@vox_espana/video/7251646773918289178	Testim...
https://www.tiktok.com/@sivaraldia/video/7197082887622118661	Testim...
https://www.tiktok.com/@karontedemiancava/video/7230573963032775941	Testim...
https://www.tiktok.com/@tunniskycastillo/video/7227933228177329413	Testim...
https://www.tiktok.com/@jonathanherediaoficial/video/7255756104024526085	Testim...
https://www.tiktok.com/@mariapaulaoviedo_/video/7272858366819454214	Video ...
https://www.tiktok.com/@tiny.reddit/video/7270547785705868587	Video ...
https://www.tiktok.com/@maguelen83/video/7216116190828055854	Video ...
https://www.tiktok.com/@tiny.reddit/video/7270031160414129450	Video ...
https://www.tiktok.com/@perezgerman92/video/7251280045350735147	Video ...
https://www.tiktok.com/@perezgerman92/video/7250589212997766446	Video ...
https://www.tiktok.com/@marcial.padilla/video/7181640256360336646	Video ...
https://www.tiktok.com/@yemeliprovida/video/7170221331655462150	Video ...
https://www.tiktok.com/@arturohappiness/video/7262075383753772293	Video ...
https://www.tiktok.com/@moises1gonzalez/video/7241634996367281451	Video ...
https://www.tiktok.com/@tenoriojaq/video/7200158670154435846	
https://www.tiktok.com/@gabriellaqueirozalmeida/video/7174185451119529221	
https://www.tiktok.com/@brujaxeon/video/7224571317234830598	
https://www.tiktok.com/@rk_flix/video/7226088671584259333	
https://www.tiktok.com/@god_music7a/video/7154361916272495877	
https://www.tiktok.com/@jonasoviedo78/video/7263087739749420294	
https://www.tiktok.com/@albuslepusuy/video/7236385432701766917	
https://www.tiktok.com/@delegadopalumbooficial/video/7171507322630556934	
https://www.tiktok.com/@portadosfundos/video/7167046428488125701	
https://www.tiktok.com/@williejoetv/video/7258647744611470598	
https://www.tiktok.com/@pconservadores/video/7219304587117743366	
https://www.tiktok.com/@faustinornoficial/video/7191886852704521478	
https://www.tiktok.com/@luladasilva21/video/7250157675466476806	
https://www.tiktok.com/@phabs/video/7114014563393113349	
https://www.tiktok.com/@ruben.araujo12/video/7238419441925492010	
https://www.tiktok.com/@walid_sabeti/video/7228566326485388549	
https://www.tiktok.com/@libroteca_rd/video/7181945907007474949	
https://www.tiktok.com/@hombredesombrero/video/7242821013765885211	

1-15	El nuevo dueño de Miss Universo, un hombre	#MissUniverse	#AnneJakapong
7-18	🤔 El NIÑO que fue Convertido en MUJER 🔥	#parati	#davidreimer
8-12	¿Y tú que opinas?	#noideologiadeg	#whatisawoman
2022-8-2	Lenguaje Inclusivo - Ideología De Género	#lenguajeincluye	#imponer
7-3	¡Protejamos a los	#niños	#Igualdad
2-6	🇸🇻 RENÉ VALDIVIESO SE QUITARÁ SU MIE	#elsalvador	#elsalvador4k
5-7		#benshapiro	#ideologiadegen
4-30	El accionar político de la dirigencia mide sus p	#conmishijosnot	#ciudadanos
7-14	Cuando tienes una experiencia real y genuina con el amor genuino de Dios nada		
8-29	con	#dúo	#hombreymujer
8-23		#discriminacion	#politica
3-29	with	#duet	#matrimoniosapi
8-22	¿FÚTBOL FEMENINO ESTÁ DISCRIMINADO	#RomaGallardo	#brechasalarial
7-2	Disney presenta su primer personaje No binari	#viraltiktok	#cristianismo
6-30	Mujer lesbian4 habla toda la verdad sobre la ic	#viraltiktok	#videoscristiano:
2022-12-26			
2022-11-26		#labatallacultura	#noaladoctrinam
7-31			
6-6	¿Cómo es esto posible? 🤔	#ideologiadegen	#nobinario
2-14	No fim é um hétero top bebedor de itaipava qu	#tenoriosnews	#opinio
2022-12-6	Recomendo também a leitura do livro "Por que	#ideologiadegen	#escolasemparti
4-21	Menino veste azul e menina veste rosa	#ideologiadegen	#criancas
4-25	É inadmissível o que estão fazendo com noss:	#jornalismo	#urgente
2022-10-14	O perigo da ideologia de gênero - Nikolas Ferr	#pregacao	#nikolasferreira
8-3	gente escuchen 🇪🇸🇮🇪👉 santi peña quiere legalisar el aborto y la ideologia de ge		
5-23		#actualidad	#adoctrinamiento
2022-11-29	Essa é minha opinião sobre ideologia de gêne	#delegadopalum	#delegadopalum
2022-11-17	Ideologia de gênero é fazer enxoval rosa pra n	#portadosfundos	#maternidade
7-22	¿En que parte de la biblia dice que una persor	#reflexiones	#foryou
4-7	SI TU LO DESEAS PUEDES SOÑAR: TRANS	#fy	#fyp
1-23	Banheiro neutro na paulista	#eunaosouumca	#banheirotrans
6-29	s Um	#tbt	#campanha
2022-6-27	ya lo queria sacar porque el otro dia estaba vie	#fyp	#fypage
5-28		#ideologiadegen	#agenda2030
5-2	عمار ضريبة 🤔	#fyp	#ideologiadegen
2022-12-27		#politica	#agustinlaje
6-9	Recuerda que aun puedes adquirir nuestro libr	#curiosidades	#conspiraciones

#GenderIdeology	#WhatsAWoman	#IdeologiaDeGe	#TransWoman	#Transgender	#BatallaCultural
#experimento	#johnjoan	#experimentojoh	#experimentosoc	#ideologiadegen	#brendareimer
#queesunamujer	#matrix				
#ideologiadegen	#presidente	#presidenta	#algunes	#todes	#nosotres
#VOX	#España	#Abascal	#Alicante	#ideología	#género
#famosostiktok	#renevaldivieso	#maquillaje	#lgbt🌈	#transformation	#ideologiadegen
#disforiadegen	#noalaideologiadegen				
#votos	#eleccion	#influenciador	#silencio	#voz	#tunniskycastillo
puede contra eso, ni siquiera la ideología de género, ni mucho menos las falsas creencias de un siste					
#agenda2030	#ideologiadegen	#ideologias	#ciencia		
#romagallardo	#españa	#antifeminista	#antifeminismo	#ideologiadegen	#patriarcado
#familialatina	#matrimonio	#calilife	#california	#Sociedad	#sonora
#machismo	#matriarcado	#patriarcado	#feminismo	#feminista	#ideologiadegen
#videoscristiano	#disney	#ideologiadegen	#elemental		
#TiemposFinales	#ideologiadegen				
#antiideologiadegen	#noalaideologia	#antifeminista	#antifeminismo	#noaladeconstru	#antiprogres
#moises1Gonza	#conlosniñosno				
#humor	#guerracultural	#ideologiadegen			
#escolasesmideo	#biologia	#genetica	#ciencia		
#lgbt	#brujaxon				
#noticia	#ideologiadegen	#ideologiadegen			
#deus	#biblia	#deus	#crente	#viralizou	#viral
nero					
#educacion	#cuidemosalosniños				
#paravoce	#ideologiadegen	#minhaopiniao	#crianças		
#mae	#pai				
#foryoupage	#christianliving	#hombre	#mujer	#ideologia	#greenscreenvideo
#fypシ	#fypage	#fypシviral	#viral	#viralvideo	#viraltiktok
#bolsonaro	#choquei	#avenidapaulista	#ideologiadegen	#fyp	
#fantasiosa	#mes	#genero	#orgulo	#desmitificar	
#foryoupage	#parati	#foryou	#xyzbca	#xyzcba	#lgbt
#pride2023	#stopagenda2030	#nomasideologia	#agenda2030sa	#stopchina	
#greenscreenv	#greenscreen	#walid_sebti	#zyxcba	#greenscreenvideo	
#ideologiadegen	#nicolasmarquez	#viral	#fouryoupagee	#comentarios	#ciencia
#conspiracion	#oculto	#laverdad	#tierraplana	#ideologiadegen	#lgtb

#Feminism	#Feminismo	#Reels	#QueEsUnaMujer	#FamiliaEcuador
#drjohnmoney	#gemelosreimer	#interesantesdat	#fyp	#accidente
#les	#tiktok	#tiktok	#tiktokviral	#videoviral
#parati	#viraltiktok			
#salvadoreños				

ma fallido aue te hace creer que naciste de forma equivocada. Ya estoy compelto en

#matriarcado	#machismo			
#sonoreense	#atencion	#ideologiadegen	#ideologia	#autopercepción
#futbolfemenino				
#foryou	#bolsonaro2022	#explorar	#explore	#video
#genero	#generofluido			
#mattwalsh	#subespañol	#subtitulado	#transgenero	#ideologiadegen
#lgbtq	#lgbt🌈	#pride	#pridemonth	#mesdelorgullolg
#feminismo	#rusia			

https://www.tiktok.com/@arturoalvarezecu	arturoalvarezecu	659.2K		
https://www.tiktok.com/@hugogg.27	hugogg.27	561.4K		
https://www.tiktok.com/@kimdelaselvatropical	kimdelaselvatropical	3.1M		
https://www.tiktok.com/@rocirociororu	rocirociororu	2.7M		
https://www.tiktok.com/@voxespana	voxespana	1.9M		
https://www.tiktok.com/@sivarsivaraldia	sivarsivaraldia	1.9M		
https://www.tiktok.com/@karontedemiancava	karontedemiancava	1.7M		
https://www.tiktok.com/@tunniskycastillo	tunniskycastillo	1.7M		
https://www.tiktok.com/@jonathanherediaoficial	jonathanherediaoficial	1.1M		
https://www.tiktok.com/@mariapaulaoviedo_	mariapaulaoviedo_	588.8K		
https://www.tiktok.com/@tinyreddit	tinyreddit	550.1K		
https://www.tiktok.com/@maguelen83	maguelen83	540.2K		
https://www.tiktok.com/@tinyreddit	tinyreddit	4.3M		
https://www.tiktok.com/@perezgerman92	perezgerman92	2.6M		
https://www.tiktok.com/@perezgerman92	perezgerman92	2.2M		
https://www.tiktok.com/@marcial.padilla	marcial.padilla	1.9M		
https://www.tiktok.com/@yemeliprovida	yemeliprovida	1.5M		
https://www.tiktok.com/@arturohappiness	arturohappiness	1.2M		
https://www.tiktok.com/@moises1gonzalez	moises1gonzalez	580.4K		
https://www.tiktok.com/@tenoriojaq	tenoriojaq	953.3K		
https://www.tiktok.com/@gabriellaqueirozalmeida	gabriellaqueirozalmeida	892.4K		
https://www.tiktok.com/@brujaxeon	brujaxeon	791.2K		
https://www.tiktok.com/@rk_flix	rk_flix	623.2K		
https://www.tiktok.com/@god_music7a	god_music7a	602.4K		
https://www.tiktok.com/@jonasoviedo78	jonasoviedo78	504.9K		
https://www.tiktok.com/@albuslepusuy	albuslepusuy	4.2M		
https://www.tiktok.com/@delegadopalumbooficial	delegadopalumbooficial	13M		
https://www.tiktok.com/@portadosfundos	portadosfundos	13.8M		
https://www.tiktok.com/@williejoetv	williejoetv	12.5M		
https://www.tiktok.com/@pconservadores	pconservadores	1.7M		
https://www.tiktok.com/@faustinatornofficial	faustinatornofficial	1.7M		
https://www.tiktok.com/@luladasilva21	luladasilva21	1.7M		
https://www.tiktok.com/@phabs	phabs	1.6M		
https://www.tiktok.com/@rubenaraujo12	rubenaraujo12	1.4M		
https://www.tiktok.com/@walid_sabeti	walid_sabeti	1.3M		
https://www.tiktok.com/@libroteca_rd	libroteca_rd	1.2M		
https://www.tiktok.com/@hombredesombrero	hombredesombrero	1.2M		