



Universidad de Oviedo



**MÁSTER UNIVERSITARIO  
GÉNERO Y DIVERSIDAD  
UNIVERSIDAD DE OVIEDO**

**TRABAJO FIN DE MÁSTER**

**ADOLESCENCIA Y  
SEXUALIDAD.**

**¿Qué hay detrás de las  
redes sociales?**

**TESIS DE MÁSTER**

**PATRICIA BORGE  
FERNÁNDEZ**

**Directora: María Aquilina Fueyo  
Gutiérrez**

**Oviedo, febrero de 2022**

## TESIS DE MÁSTER/PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PROFESIONAL

D<sup>a</sup>./D. Patricia Borge Fernández

D.N.I.:

TÍTULO: Adolescencia y Sexualidad. ¿Qué hay detrás de las redes sociales?

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVE: sexualidad, adolescencia, pornografía, redes sociales, *influencers*, OnlyFans, *Pools*, *Hot Tubs and Beaches* y Mostopapi.

DIRECTOR/A: María Aquilina Fueyo Gutiérrez

### 1. Resumen en español

El acceso a la pornografía *mainstream*, la cual según las investigaciones representa un imaginario misógino de la sexualidad que incluso erotiza la violencia sexual hacia las mujeres, se da a edades cada vez más tempranas debido, en parte, al uso de internet. Por ello, en esta investigación se estudia los vínculos que se establecen entre los perfiles de *influencers* preferidos por el alumnado de las diferentes redes sociales estudiadas y los contenidos pornográficos, así como la visión de la sexualidad y la pornografía que estos perfiles comparten. Para ello, se realiza una encuesta al alumnado de 5º y 6º de primaria de dos colegios de Asturias en el que se les pregunta sobre sus preferencias y perfiles favoritos en las redes sociales de YouTube, TikTok, Twitch e Instagram. Tras el análisis de resultados del cuestionario se estudian diversas publicaciones de los perfiles preferidos del estudiantado: los *influencers* AuronPlay, Ibai, Charli D'Amelio, Monismurf, Marta Díaz y Ángela Mármol. Los resultados apuntan a una transmisión, sobre todo por los varones, de una visión de la sexualidad patriarcal centrada en el placer masculino que normaliza el consumo de pornografía. Esta visión también queda reflejada en los comentarios sexuales y violentos que reciben las *influencers*. Asimismo, se detectan diversas *pasarelas* o conexiones, que vinculan las redes sociales estudiadas con diferentes formatos de pornografía como: el canal de YouTube Mostotpapi, la *web* OnlyFans, la sección de Twitch *Pools*, *Hot Tubs and Beaches* y los perfiles de Instagram con *links* a páginas pornográficas.

## 2. Resumen en inglés

Access to mainstream pornography —which transmits according to investigations a misogynist vision of sexuality that even eroticizes sexual violence against women— is produced at increasingly younger ages, partly due to internet use. This is the reason why this investigation studies the links between the content published by the youth's favourite influencers and pornographic content, together with the vision of sexuality and pornography that they share in their profiles. In order to do so, a survey is conducted that represents the views of 5<sup>th</sup> and 6<sup>th</sup> grade students from two schools in Asturias about their favourite profiles and contents in the following social media: YouTube, Tiktok, Twitch and Instagram. Having studied the survey's data, diverse influencers' posts are analysed, studying the profiles of the students' favourites influencers: AuronPlay, Ibai, Charli D'Amelio, Monismurf, Marta Díaz y Ángela Mármol. Results show that a patriarchal vision of sexuality is transmitted —specially through the males— which is centred in masculine pleasure and that normalizes pornography. This perspective of sexuality is also observed in the sexual and violent messages that the female influencers receive. Furthermore, different *bridges* or links that connect the studied social networks and diverse format of pornography are detected such as: the YouTube channel Mostopapi, the web OnlyFans, the Twitch's section called Pools Hot Tubs and Beaches and the Instagram's profiles that contain links to pornographic sites.

VºBº

LA DIRECTORA DE LA TESIS  
DE MÁSTER/PROYECTO DE  
INVESTIGACIÓN PROFESIONAL

LA AUTORA

Fdo.: María Aquilina Fueyo Gutiérrez

Fdo.: Patricia Borge Fernández

AUTORIZACIÓN PARA CONSULTA DE TESIS DE  
MÁSTER/PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PROFESIONAL CON  
FINES DE INVESTIGACIÓN

Dña. Patricia Borge Fernández con D.N.I. como autora de la Tesis de máster titulada: **Adolescencia y Sexualidad. ¿Qué hay detrás de las redes sociales?** por medio de este documento expresa su autorización para que dicha obra sea utilizada con carácter no lucrativo y con fines exclusivos de investigación. Deberán respetarse, en todo caso, los derechos que le asisten, establecidos en el Real Decreto Legislativo 1/1996 de 12 abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual y en particular, conforme a su artículo 14. 3º, el de que sea siempre reconocida su condición de autora/autor del trabajo, con inclusión del nombre y la referencia completa de la fuente, cuando se proceda a la reproducción directa o indirecta del contenido o de las ideas que aparecen en él.

Lo que declara a los efectos oportunos.

En Oviedo, a 1 de febrero de 2021

Fdo.: Patricia Borge Fernández



## DECLARACIÓN CONTRA EL PLAGIO

Dña. Patricia Borge Fernández, con DNI \_\_\_\_\_, estudiante del Programa Oficial de Postgrado *Máster Universitario Género y Diversidad*, por la presente declaro que el trabajo adjunto es una creación original propia, en la que las ideas de obras ajenas me han

servido de inspiración o apoyo se encuentran debidamente referenciadas, con cita expresa de la fuente y autoría de que procedan.

Asimismo, declaro que los fragmentos de obras ajenas de cualquier naturaleza (escrita, sonora o audiovisual) o las obras aisladas de carácter plástico o fotográfico que he incluido en mi trabajo se encuentran debidamente identificadas como cita literal (entre comillas si se trata de textos) y con referencia a la fuente y autoría de la obra copiada.

Entiendo que de no haber actuado así habría incurrido en plagio, lo que supone un incumplimiento de las leyes, un atentado a los principios éticos del trabajo universitario y una falta de observancia de las instrucciones para la prevención del plagio aprobadas por la Comisión de Docencia del Máster y puestas a disposición del alumnado. Tal hecho habilitará a las personas encargadas de la evaluación y calificación de mi trabajo a no autorizar su defensa o a valorarlo desfavorablemente, según las circunstancias del caso.

En Oviedo, a 1 de febrero de 2021

Fdo.: Patricia Borge Fernández

## INTRODUCCIÓN

El incremento del uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TICs) por parte de los y las adolescentes unido a la reducción de la edad media del inicio del consumo de pornografía, situado por Save The Children (2020) en los 12 años, nos lleva en este trabajo a hacer una revisión teórica sobre el tipo de consumo de contenidos que la juventud lleva a cabo en las redes sociales poniendo el foco en el contenido de la pornografía *mainstream* —aquella que es más popular o dominante— desde una perspectiva de género y su influencia en la juventud. En concreto tratamos de identificar cuáles son las redes sociales más consumidas por el alumnado, analizando los contenidos relacionados con la sexualidad y el porno que se emiten desde los perfiles de los y las *influencers* que los jóvenes identifican como preferidos. Por último, se trata de poner en evidencia las *pasarelas* existentes entre redes sociales y la pornografía *mainstream*. Denominamos *pasarelas* a los diferentes tipos de enlaces que se ofrecen desde los perfiles de *influencers* analizados para conectar las plataformas de las redes sociales más destacadas como YouTube, TikTok, Twitch e Instagram con ciertos formatos de pornografía como pueden ser las páginas de fotos eróticas tipo OnlyFans o la sección de Twitch *Pools, Hot Tubs and Beaches*.

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>8</b>
<b>1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO .....</b>	<b>9</b>
1.1 TECNOLOGÍA, INTERNET, SEXUALIDAD Y PORNOGRAFÍA.....	9
1.2 PORNOGRAFÍA Y VIOLENCIA .....	15
1.3 LO QUE HAY DETRÁS DEL PORNO.....	21
1.4 LA NECESIDAD DE LA EDUCACIÓN AFECTIVO SEXUAL FRENTE A LA EXPANSIÓN DEL CONTENIDO PORNOGRÁFICO .....	26
<b>2. METODOLOGÍA .....</b>	<b>29</b>
2.1 OBJETIVOS Y PREGUNTAS ESPECÍFICAS DE INVESTIGACIÓN .....	29
2.2 INSTRUMENTOS Y ESTRATEGIAS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN .....	30
2.2.1 CUESTIONARIO .....	31
2.2.2 ANÁLISIS DE CONTENIDO .....	33
2.2.3 MAPEO DE LAS <i>PASARELAS</i> DE ACCESO A CONTENIDO PORNOGRÁFICO DESDE LAS REDES SOCIALES.....	37
<b>3. INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>41</b>
3.1 DESARROLLO Y RESULTADOS.....	41
3.1.1 PREFERENCIA DE CONSUMO DE LAS REDES SOCIALES .....	41
3.1.2 FORMAS DE BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN EN LAS DIFERENTES REDES SOCIALES.....	42
3.1.3 PERFILES Y CONTENIDOS FAVORITOS ENTRE LOS NIÑOS Y NIÑAS.....	49
3.2 ANÁLISIS DE CONTENIDO .....	53
3.2.1 AURONPLAY .....	53
3.2.2 IBAI.....	55
3.2.3 CHARLI D’AMELIO .....	59
3.2.4 MONISMURF.....	62
3.2.5 MARTA DÍAZ.....	64
3.2.6 ÁNGELA MÁRMOL .....	66
3.2.7 REFLEXIONES GENERALES DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO .....	68
3.3 MAPEO DE CONTENIDO: <i>PASARELAS</i> ENTRE LA PORNOGRAFÍA Y LOS PERFILES DE <i>INFLUENCERS</i> DE LAS REDES SOCIALES.....	72
<b>4. CONCLUSIONES.....</b>	<b>93</b>
<b>5. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>101</b>
<b>6. PELÍCULAS.....</b>	<b>107</b>
<b>7. ANEXOS.....</b>	<b>108</b>
7.1 ANEXO I: CUESTIONARIO .....	108
7.2 ANEXO II: EXCEL CON LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA .....	116

7.3 ANEXO III: GUIÓN DE ANÁLISIS .....	146
7.4 ANEXO IV: ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LOS Y LAS <i>INFLUENCERS</i> .....	147
7.4.1 AURONPLAY .....	147
7.4.2 IBAI.....	152
7.4.3 CHARLIE D’AMELIO.....	162
7.4.4 MONISMURF.....	169
7.4.5 MARTA DÍAZ.....	173
7.4.6 ÁNGELA MÁRMOL .....	180
7.5 ANEXO V: MAPEO DE CONTENIDO: TIKTOK .....	189



## **1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO**

### **1.1 TECNOLOGÍA, INTERNET, SEXUALIDAD Y PORNOGRAFÍA**

La adolescencia es el periodo de tiempo que va de la niñez a la edad adulta, desde los 10 a los 19 años. Es una fase de desarrollo en la que se asienta la base de una buena salud y en la que se producen cambios a nivel físico, cognitivo y psicosocial. En esta etapa de la vida los y las adolescentes establecen patrones de comportamiento con relación a la dieta, el deporte, el uso de sustancias y la actividad sexual que pueden proteger su salud y la de los que les rodean o ponerles en peligro en ese momento y en el futuro. Para poder desarrollar una buena salud los y las jóvenes necesitan, entre otras cosas, espacios seguros que les apoyen; servicios de salud aceptables, equitativos y apropiados; e información sobre educación sexual adecuada para su edad (World Health Organization s.f.). Estudios recientes (Save the Children 2020) afirman que la población adolescente actual ha crecido rodeada de tecnología, internet y las redes sociales (RR.SS.); convirtiéndose estas en un espacio más en el que aprender, relacionarse, desarrollar su personalidad y en el que lo virtual es tan real como lo físico. El uso de las redes sociales e internet tienen numerosas ventajas como facilitar el proceso de aprendizaje, permitir la comunicación a distancia, ver películas, hacer nuevas amistades, etc.; sin embargo, al mismo tiempo supone posibles riesgos como la exposición a la red sin límites, la adicción a su consumo, la participación en juegos de azar mediante dinero o el intercambio de imágenes eróticas (Peris-Hernández y Maganto 2018). Igualmente, cabe destacar que son el reflejo de la sociedad en la que vivimos; la cual se caracteriza por la desigualdad de clase y de género, el racismo, el machismo, la homofobia y la transfobia (Save the Children 2020).

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (2020) en España de los hogares que cuentan con al menos un miembro de 16 a 74 años el 81,4% dispone de algún tipo de ordenador —suponiendo un aumento de 0,5 puntos en comparación con el año 2019— y el 95,3% tiene acceso a Internet por banda ancha fija y/o móvil (frente al 91,2% en 2019). Asimismo, el uso de las tecnologías por parte de la población de menores de 10 a 15 años es muy elevado; el estudio refleja que en los tres meses previos a la realización de la encuesta el 91,5% de los y las menores habían usado el ordenador —el 90,8% de los varones y el 92,3 % de las jóvenes lo usaron— frente al 89,7% de 2019. Aún más alto fue el consumo de internet de los y las jóvenes de entre 10 y 15 años en los tres meses previos a la encuesta, un 93,4% de los menores y un 95,7% de las menores lo usaron. Además, el 69,5% de los y las jóvenes de dicha edad disponían de teléfono móvil (66,0%

en 2019), teniéndolo ellas (71,3%) más que ellos (67,8%). Por lo tanto, las niñas usan las TICs más que los varones y el consumo, de acuerdo con los datos, aumenta a medida que los y las adolescentes se hacen mayores, sobre todo a partir de los 13 años. Save the Children (2020) señala que estos entornos digitales que soy, hoy en día, enormemente utilizados por la juventud son espacios de construcción social y para las y los jóvenes e implican el desarrollo de su identidad y de su conciencia de sexualidad; siendo la sexualidad como propone la OMS:

Un aspecto central del ser humano que está presente a lo largo de su vida. Abarca el sexo, las identidades y los roles de género, la orientación sexual, el erotismo, el placer, la intimidad y la reproducción. Se siente y se expresa a través de pensamientos, fantasías, deseos, creencias, actitudes, valores, comportamientos, prácticas, roles y relaciones . . . La sexualidad está influida por la interacción de factores biológicos, psicológicos, sociales, económicos, políticos, culturales, éticos, legales, históricos, religiosos y espirituales. (2018, 3)

Teniendo en cuenta el amplio abanico de aspectos que abarca la sexualidad, dependiendo su construcción de una combinación de diferentes estímulos y factores, y el elevado consumo de la tecnología que los y las menores realizan, cabe preguntarse qué papel está tomando la información relacionada con la sexualidad y la pornografía adquirida a través de internet en las RR.SS. en la construcción de la identidad y de la identidad sexual de la población adolescente. Sobre todo, considerando que la adolescencia es una etapa de numerosos cambios, tanto psicológicos como físicos, en los que se asientan las bases de la construcción de la autopercepción y autoimagen; desarrollándose el sentido de la identidad y del rol sexual y pudiéndose, por tanto, formar una imagen negativa del propio cuerpo (Peris-Hernández y Maganto 2018). A esto se añade el hecho de que quienes somos como seres sexuales influye en el contenido, las interacciones, y experiencias que intentamos buscar y que encontramos en las redes sociales; pero, al mismo tiempo, los contenidos, prácticas y gente con la que se interactúa en las redes sociales influyen también en la conformación de quienes somos como seres sexuales (Tiindenberg y van der Nagel 2020).

### **Redes sociales y sexualidad**

De entre las diferentes redes sociales existentes y populares entre los y las jóvenes como YouTube, Twitter, Instagram, TikTok o Twitch, diversas investigaciones han

centrado su atención en el fenómeno *youtuber* que Pibernat-Vila (2020) define como un suceso mediático juvenil propio de la red que se caracteriza por reunir grandes audiencias a través de los cuales el o la *youtuber* obtendría beneficios económicos al consumir los espectadores su contenido, el cual está orientado a la publicidad y está claramente marcado por el humor y los estereotipos de género. Esta autora indica que los *youtubers* más populares en España son hombres, habiendo diferencia de millones de seguidores entre el *youtuber* masculino más popular y la *youtuber* más popular. Asimismo, mientras que ellos centran sus temáticas en las llamadas *gameplays* —reproducciones de partidas de videojuegos—, ellas resaltan por sus vídeos sobre moda, maquillaje, *fitness* o belleza. Así pues, si para conseguir beneficios de las marcas los y las *youtubers* deben crear contenido que llame la atención de los espectadores, según la investigación de Pibernat-Vila, que analizaba a los *youtubers* masculinos hispanohablantes con un mayor número de seguidores en el momento —el Rubius, Wismichu y Germán Garmendia—, se detectó que era recurrente el humor basado en los roles y estereotipos patriarcales de género o directamente misógino, incluyendo insulto hacia las mujeres o la identificación de estas como meros objetos sexuales.

Algunas expresiones dirigidas a los personajes femeninos eran “a fregar”, “puta”, “¿si me la lavo me la chupas?”; otras minimizaban o ridiculizaban la violencia hacia las mujeres, incluyendo la violencia sexual. Por ejemplo, Wismichu, en un consultorio de su canal, insultaba a las chicas que se quejaban de que sus parejas les pidieran más sexo calificándolas como “puta” o “estrecha de mierda” (Pibernat-Vila 2020). Del mismo modo, otros estudios (González-Ramos 2019) evidencian la presencia de los valores patriarcales en las diferentes esferas de las redes sociales, como forma de la juventud de imitar los comportamientos adultos de la sociedad. De esta manera, los *youtubers* y otros *influencers*, los cuales como su propio nombre indica ejercen una notable influencia sobre la población juvenil actual, estarían impregnados de valores patriarcales como los estereotipos de género, promoviendo patrones sexistas de comportamiento. Siguiendo una perspectiva similar, Cristina Cuenca-Piqueras et. al. (2020) defiende la identificación de las *influencers* femeninas más populares de España con los cánones de belleza occidentales recalando que, si bien representan mujeres empoderadas y exitosas, encarnan los ideales de feminidad tradicional vinculados a la exaltación y búsqueda de cuerpos normativos.

Las investigaciones apuntan, por tanto, a una reproducción de los roles de género —y por tanto también de las desigualdades de género— en el ámbito digital de las RR.SS.

Por ello es importante profundizar en los patrones de sexualidad que se promueven, así como en la información que se da en dichos espacios sobre la pornografía. Consecuentemente, mediante el trabajo de campo de esta investigación se tratará de analizar qué visión de la sexualidad y de la pornografía se da entre las cuentas seleccionadas como populares por el alumnado en las diferentes redes sociales populares.

### **Internet y pornografía**

El consumo de contenido pornográfico se ha convertido en un patrón cultural de nuestra época. La accesibilidad a la pornografía, así como la aceptación de su consumo ha sufrido notables cambios entre los que destacan la fragmentación y difuminación de las formas tradicionales de la pornografía y del imaginario pornográfico en formas que tradicionalmente no eran pornográficas de la cultura popular, provocando el efecto de que estos no se consideren como pornográficos. Este proceso se conoce como *pornographication* o pornificación y se da lugar en formas como la industria de la moda, belleza, deporte o la tecnología (Tyler y Quek 2016). Uno de los muchos ejemplos de este fenómeno son la alta cosificación y erotización de las mujeres en las campañas publicitarias. La normalización de la pornografía y del imaginario pornográfico supone riesgos como aceptar la pornografía y el sexo como términos sinónimos, en la que la pornografía pasaría a ser el *verdadero* sexo, o un modelo de cómo el sexo debería ser (Tyler citada en Tyler y Quek 2016, 11). Consecuentemente, desde la perspectiva feminista se destaca la necesidad de ver la pornografía *mainstream*, aquella más popular o consumida, como una forma comercial de sexo producida bajo condiciones de desigualdad hacia las mujeres que puede resultar perjudicial para la construcción de una sexualidad sana (Tyler y Quek 2016).

Save the Children (2020) manifiesta que la mayoría de los adolescentes consumen pornografía, en algunos casos muy a menudo, teniendo esto una influencia significativa en su desarrollo y en la forma en la que viven sus relaciones. Este mismo estudio informa de que el 62,5% de los adolescentes entre 13 y 17 años encuestados habían consumido alguna vez pornografía, destacando que el 53,8% había accedido por primera vez a ella antes de los 13 años y un 8,7% antes de los 10; siendo la edad media a nivel global del primer acceso los 12 años. No es de extrañar que, a medida que se han popularizado y extendido el uso de los *smartphones*, el inicio del consumo de pornografía comience cada vez a edades más tempranas. Nos encontramos, como indica María Rodríguez-Suárez (2020), ante una generación que ha crecido con la posibilidad de acceder instantánea y

gratuitamente a una gran cantidad de pornografía, accediendo antes al porno que a su propia sexualidad. De esta manera su concepto de sexualidad tiene más que ver con lo que han visto y observado del porno que con lo que ellos y ellas mismas han vivido o experimentado.

La encuesta de Save the Children (2020, 23) identifica las vías a través de las cuales la juventud accede a la pornografía:

- Por medio del grupo de iguales (51,2%). Es el modo principal por el que se tiene acceso por primera vez. Para los chicos, es a menudo un proceso de socialización masculina; en lugar de intercambiar revistas pornográficas, las nuevas generaciones comparten vídeos porno, *links* de páginas porno, etc. Dentro de esta categoría puede ser que un amigo o amiga se lo enseñe desde su dispositivo (29,8%), que hablen sobre el tema y lo busquen posteriormente de manera individual (15%) o que lo reciba a través de las redes sociales o mensajes (6,4%), siendo las chicas las que señalaron esta opción más que los varones.
- A través del cine y la televisión. La exposición de contenidos sexuales explícitos incita a la búsqueda posterior.
- Acceso por anuncios. A través de internet y las redes sociales, al realizar descargas o entrar en páginas, aparecen *links* o ventanas emergentes que contienen contenido pornográfico. Un 17,4% de la población encuestada se topó con la pornografía de forma accidental (un 22% de las chicas y un 15,3% de los chicos), estando considerado esto como un tipo de violencia *online*.
- A través de un familiar. Solo los chicos han mencionado este acceso, coincidiendo en edades de entre 8 y 10 años. Un miembro de la familia puede enseñárselo directamente (1,7%) o puede que se hable de ello y luego el menor lo busque individualmente (0,7%). Se aprecia un patrón: un adolescente masculino más mayor enseña pornografía a uno más joven.
- Por medio de personas desconocidas (0,4%). Solo las chicas recibieron pornografía de esta manera, sin haber tenido mediación o contacto previo.
- Acceso por búsqueda activa (28,5%). Es la más señalada por los chicos y los adolescentes de género no binario, no suele darse antes de los 11 años y pueden estos haber estado expuestos a la pornografía por alguno de los medios anteriores.

Desde otro punto de vista, Torrado (2021) revela que el 34,8% de las personas de 16 a 29 años entrevistadas en su investigación descubrieron el porno por primera vez a

través de sus amistades y un 33,4% a través de las búsquedas en internet. Es reseñable el hecho de que el 17,5% —porcentaje casi idéntico al de la investigación de Save the Children— la descubrió de forma inesperada al estar navegando en internet. Estas cifras, respaldan la relevancia de estudiar qué papel están tomando las redes sociales populares entre la juventud actual en el acceso a contenido sexual y pornográfico: por un lado, la información que los *influencers* proporcionan en sus canales sobre la pornografía podría estar condicionando a los consumidores a iniciar sus posteriores búsquedas en la red. De otra parte, los anuncios, *links*, u otros mecanismos presentes en las RR.SS. podrían propiciar potenciar de manera clara un consumo inesperado y fortuito de pornografía por parte del estudiantado.

En cuanto a la asiduidad del consumo Save the Children (2020) afirma que un 68,2% de los y las jóvenes ve pornografía con frecuencia. Los varones la ven casi el doble que las chicas, normalmente en páginas de acceso gratuito y desde sus dispositivos móviles, en la intimidad. Consumen el porno que las plataformas les recomiendan. Esta evidencia se constata en otros estudios, Torrado (2021) resalta que los hombres visualizan con más frecuencia la pornografía que las mujeres; el triple que ellas semanalmente, ocho veces más diariamente y cinco veces más varias veces al día, observándose una diferencia de género considerable. Respecto a los motivos por los que los y las adolescentes consumen pornografía Ballester y Orte (Citados en Rodríguez-Suárez 2020, 14) afirman que son diversos como: para masturbarse (43,9%), por curiosidad (40,4%) y por aprender sobre sexo (25,4%). Ante el tabú que el sexo supone en sus entornos cercanos, el porno aparece como una guía en la que aprender sobre prácticas sexuales, a menudo con la intención de poder satisfacer mejor a sus parejas. Desde otro punto de vista, Torrado (2021) en su estudio indica que de la población estudiada el 60% consumió pornografía por curiosidad o para masturbarse, mientras que el 26% lo hizo para aprender sobre sexo, resaltando que las mujeres acceden a la pornografía mayoritariamente para responder a la curiosidad. Mientras tanto, los hombres lo hacen en mayor medida para masturbarse o excitarse. Según Save the Children (2020) el 48% lo acepta como como fuente de aprendizaje sobre sexualidad (ellos un 12% más que ellas) y para un 30% es la única fuente de información que poseen sobre el tema. Por último, aunque el 70,3% de los y las adolescentes considera que su consumo de pornografía es razonable, Save the Children (2020, 32) recalca la importancia de que los chicos muestran una especial preocupación por “no poder quitarse el porno de la cabeza”.

Si el porno funciona como una fuente de la que aprender lo que es el sexo, cabe preguntarse qué tipo de imágenes e información transmiten sus contenidos y, desde una perspectiva de género, es fundamental plantearse bajo qué premisas se representan la sexualidad masculina y femenina haciendo hincapié en observar si estos representan situaciones de igualdad, o por el contrario ejemplifican un modelo desigual; estudiando qué papel tiene en él la violencia sexual hacia las mujeres.

## 1.2 PORNOGRAFÍA Y VIOLENCIA

Como hemos descrito los y las adolescentes acceden a la pornografía desde edades muy tempranas y ésta constituye, en ocasiones, una fuente de *aprendizaje* por lo que es importante acercarse al análisis del tipo de contenidos que utiliza la pornografía *mainstream* y como estos se presentan. De acuerdo con lo recogido por Rodríguez-Suárez (2020) en primer lugar, el porno se caracteriza por la simplificación de las relaciones sociales entre los personajes. Se reducen los diálogos y los procesos de seducción, siendo sus guiones y argumentos sencillos. En segundo lugar, la pornografía muestra una fragmentación total del cuerpo, simplificando la sexualidad a la genitalidad. Los encuadres de las cámaras enfocan en primer plano a las vaginas, penes, anos y bocas. A pesar de mostrar prácticas diversas, hay un patrón que suele repetirse en los vídeos y que muestra un modelo sexual coitocéntrico y basado en el orgasmo. Así, el porno suele comenzar con una presentación muy breve de los personajes que comienzan con los erróneamente conocidos por *preliminares*: sexo oral, masturbación, tocamientos, etc. La parte central del vídeo suele ser la penetración del pene a la vagina o del pene al ano que tiene como fin la eyaculación masculina, la cual normalmente se produce fuera del cuerpo sobre los pechos, cara o la boca de las mujeres.

Esta secuencia pornográfica es respaldada por Etxebarria, quien lo describe como un montaje repetitivo de penetración vaginal, anal y felaciones en el que la eyaculación masculina es interpretada como indispensable para el orgasmo masculino (Etxebarria citada en Artazo y Bard 2019). Este guion pornográfico que representa hombres que penetran y mujeres penetradas, reduciendo los encuentros sexuales a la penetración y cuyo final es la eyaculación, está muy arraigado en el imaginario de la juventud (Rodríguez-Suárez 2020). Además, la ausencia de uso de preservativo en las relaciones que se presentan en estos vídeos fomenta la normalización de las prácticas de riesgo para la salud, como pueden ser la transmisión de enfermedades o los embarazos no deseados. A ello se le suma la concepción del preservativo como algo incómodo o que quita placer.

Save the Children (2020, 46) subraya que el 46,1% de los adolescentes no usa siempre métodos de protección y el 13,7% no lo hace nunca o casi nunca.

Respecto al tipo de imaginarios que el porno transmite en clave de género, se aprecia que los hombres aparecen representados como seres activos, deseantes y a menudo dominantes, incluso violentos, a la hora de practicar sexo. Lo que más destaca de ellos es su pene, el cual siempre aparece erecto. En muchas ocasiones esta importancia es tal que el rostro de los actores masculinos ni siquiera se muestra, esto también es una técnica de edición para que los consumidores masculinos se puedan identificar con el actor, imaginándose a ellos mismos en la escena (Rodríguez-Suárez 2020). Además, los varones que aparecen en la pornografía se caracterizan por poseer una masculinidad hegemónica. Este concepto fue acuñado en 1985: en Australia por Tim Carrigan, Bob Connell y John Lee en su obra *Toward a New Sociology of Masculinity* y en Alemania por Sigrid Metz-Göckel y Ursula Müller en la obra *Der Mann: Die Brigitte-Studie*, un estudio sobre las relaciones de género centrada en la situación de los hombres (Connell, 2012: 3). Como señala R. W. Connell (2003,12) este tipo de masculinidad es una forma de expresar el género masculino que es la aceptada por la sociedad, la que legitima al patriarcado, garantizando una posición dominante de los hombres ante la subordinación de las mujeres y otros sujetos feminizados, o como resalta Díez (2015), ante la subordinación de otro tipo de masculinidades. En el porno el papel que los varones poseen encarna el modelo de hombre que inhibe sus emociones, muestra agresividad y necesita ejercer poder y dominio sobre los demás, características que según Kimmel (Kimmel citado en Fundación Cepaim 2015, 37) son propias de este tipo de masculinidades.

Las mujeres, sin embargo, son normalmente mostradas como seres pasivos y sumisos que entran en escena para satisfacer los deseos masculinos, pareciendo carecer ellas mismas de deseos propios. De acuerdo con Artazo y Bard (2019), encarnan la posición de “putas” en el binario heteropatriarcal madre-puta propuesto por Gimeno que se impone sobre las mujeres reprobando su sexualidad (Gimeno citada en Artazo y Bard 2019, 337). Sus cuerpos y rostros son mucho más visibles para los espectadores y su excitación y placer aparece exagerada y dramatizada, siendo la intención de esto excitar aún más al espectador (Rodríguez-Suárez 2020). Este placer suele provenir de una penetración repetitiva, a pesar de saber que esta no es la práctica más placentera para las mujeres, ya que el 70% necesita estimulación directa del clítoris para llegar al orgasmo (Hite citado en Rodríguez-Suárez 2020, 21). Cabe añadir que el orgasmo femenino sigue



estando invisibilizado; los videos suelen finalizar, como se indicó anteriormente, con la eyaculación masculina que refleja el orgasmo de los hombres dejando a un lado el de ellas (Rodríguez-Suárez 2020). Esther Torrado (2021) estudia y reflexiona sobre este guion pornográfico, afirmando que en este tipo de imaginarios el hombre queda representado como el sujeto que un tiene un deseo y la mujer o niña representa el cuerpo y *objeto* que el varón utiliza para satisfacer sus deseos. De este modo, la pornografía serviría en la actualidad para reforzar la idea patriarcal de que los hombres tienen el derecho de disponer de los cuerpos femeninos para satisfacer sus deseos *sexuales*, reafirmando la superioridad de los hombres frente a la de las mujeres. Como indica Pateman en su obra *El contrato sexual* (2019/1988, 347) “las esposas ya no se exponen en subasta pública . . . pero los varones pueden comprar acceso sexual al cuerpo de una mujer en el mercado capitalista”. Aunque Pateman se refiere, en este caso, al control de los hombres sobre el cuerpo de las mujeres en la prostitución, vemos como la pornografía representa el mismo imaginario.

Aún más preocupante son las distintas formas de dominación simbólica y física que los hombres ejercen sobre las mujeres en el porno (Rodríguez-Suárez 2020): los cuerpos de las mujeres están al servicio de estos, pudiéndose apreciar claramente analizando las innumerables categorías porno que ofrecen las plataformas para catalogarlos “tetas grandes”, “culonas”, “garganta profunda”, etc. A esto se le suma el lenguaje misógino, violento y machista que las *webs* utilizan de título para captar la atención del espectador como “puta”, “guarra”, “zorra”. Asimismo, podemos encontrar grabaciones en los que la violencia y la humillación son las protagonistas, contando con mujeres que sufren dolor, que lloran, gritan, están amarradas, son golpeadas o son penetradas de manera violenta por un grupo de hombres. Los hombres que aparecen, lejos de sentir preocupación por estas, se excitan ante este tipo de situaciones (Rodríguez-Suárez 2020). Estas representaciones, como concluye Torrado (2021, 25), transmiten la idea a los hombres de que producir dolor físico a las mujeres es sexualmente excitante y se suele ejemplificar de distintos modos. En primera instancia, se visualizan mujeres que parecen estar gozando a través de prácticas que les generan dolor. En segundo lugar, en escenas en las que las mujeres indican no desear que se les provoque dicho dolor y en las que, a pesar de ello, los hombres se lo infligen, obteniendo ellos placer. Estos vídeos transmiten la idea de que es sexualmente excitante para los varones generar dolor en las mujeres cuando ellas no lo desean, promoviendo la violencia sexual y situando su placer por encima del dolor que ellas sufran.

En esta misma línea Artazo y Wigor (2019) llevan a cabo una etnografía virtual en las páginas pornográficas de gran consumo a nivel mundial —Pornhub, Cerdas XXX y Pajilleros.Com— encontrando numerosos resultados en los que la violencia sexual era la protagonista de las grabaciones con titulares en Pornhub como “basura entre pollas”, donde basura es la mujer, o “desvirgando culos”. Por otro lado, en Cerdas XXX y Pajilleros.Com se encontraron títulos tales como: “estaba solita en el parque y acabamos follando duro”, “mujer borracha comete un error con su hijo”, “Wendy violación genital” o “videos porno, brutal violación”, afirmando las autoras que la mayoría de las grabaciones pornográficas estaban basadas en temas relacionados con el incesto familiar, sexo con adolescentes y niños/as y violaciones, entre otras. Las autoras enfatizan que la literalidad es algo que caracteriza al género pornográfico correspondiéndose verdaderamente los títulos de los vídeos con las representaciones gráficas de las mismas. Se muestra a continuación una descripción de Artazo y Wigor de un vídeo analizado en el que se refleja y ejemplifica la posición de sumisión de la mujer detectada en múltiples grabaciones:

En otro de los videos “morbo” analizado, en los momentos de sexo oral, la mujer es tomada del pelo y de manera violenta, el varón marca el ritmo de la felación y la profundidad. La mujer realiza la felación (a ritmo frenético) casi hasta el punto de la arcada y eso es capturado por la cámara en primer plano, incluso se filma cuando esta vomita. La escena final es una mujer en cuclillas, donde solo se filma el cuello del varón, y ella, totalmente bañada en líquido seminal, paralizada, es palmeada en su cabeza y hombros por un varón que le dice: “buena chica”. (2019, 348).

Aún más grave es cuando estos vídeos son catalogados y anunciados en sus títulos como *violaciones*, haciendo explícito que las mujeres que en ellos aparecen no han dado su consentimiento para realizar dichas prácticas, erotizando la falta de consentimiento e incitando a “reproducir el guion social sobre la violación” (Rodríguez-Suárez 2020, 28). Este guion alimenta la idea de que las violaciones tienen lugar en la calle, en rincones oscuros y por gente desconocida; mientras que las agresiones sexuales son mayoritariamente cometidas por personas cercanas que conocen a la víctima (Rodríguez-Suárez 2020, 27).

En relación con la falta de consentimiento, Rodríguez-Suárez (2020) defiende que la pornografía naturaliza la insistencia como forma de conseguir que un rechazo o

negación acabe convirtiéndose en un “sí”. Sobre todo, son los hombres los que aparecen convenciendo a mujeres que finalmente mantienen relaciones con ellos; aunque también hay mujeres que convencen a hombres como hermanos, padres, cuñados o vecinos. Aún más terrible es cuando el consentimiento es inexistente e imposible ya que se muestran escenas con mujeres que están borrachas, drogadas, dormidas o inconscientes. Las escenas con abusos de poder también caracterizan al porno: padres, jefes, profesores que desean mantener relaciones con sus hijas, empleadas o alumnas y que lo consiguen mediante el chantaje o la coacción, las víctimas acaban aceptando e incluso disfrutando de la relación (Rodríguez-Suárez 2020). Este tipo de vídeos, como subraya Torrado (2021) suelen comenzar con la aparición de un varón que desea realizar prácticas sexuales con una mujer que manifiesta no querer llevarlas a cabo, el hombre entonces la coacciona, extorsiona o presiona de manera que la mujer acepte realizarlas. Posteriormente comienzan las prácticas y aunque la mujer al principio participa de manera pasiva e indicando que no le aportan placer, al final, acaba disfrutando de ellas. Estas escenas transmiten el mensaje de que la coacción o la presión son estrategias válidas para conseguir que un hombre tenga relaciones sexuales con una mujer bajo la premisa de que “en el fondo lo estaba deseando” o que “se estaba haciendo la difícil” (Torrado 2021, 27).

Teniendo en cuenta todo lo expuesto con anterioridad se podría concluir que el porno *mainstream* transmite, en términos generales, un modelo heteronormativo en el que se fomentan las masculinidades tradicionales y en el que la figura femenina aparece cosificada e hipersexualizada con el objetivo de satisfacer los intereses masculinos. La pornografía muestra un modelo de sexualidad basado, en general, en: la cosificación del cuerpo de la mujer; en la anulación de los deseos sexuales de esta que quedan relegados a un segundo plano ante los deseos masculinos; en la erotización de la falta de consentimiento; y en la agresión verbal y física hacia las mujeres como modo de satisfacción sexual, llegando incluso hasta normalizar y erotizar las violaciones. De esta manera, el porno se convertiría en una guía de la normalización de la violencia sexual, física y psicológica hacia las mujeres, es decir en un modelo de sexualidad basado en la violencia sexual y de género. Si el porno funciona como una fuente de la que aprender lo que es el sexo, y el sexo representado normalmente en el porno responde a unos patrones hegemónicos de lo que los varones entienden por sexo, estado basado este en la violencia sexual hacia la mujer, el consumo de pornografía supondría la asimilación de estos valores como *lo real*, o *lo verdadero* incluyendo en esta representación la violencia sexual ejercida contra las mujeres.

## **La influencia de la pornografía en la juventud**

Sabiendo que los y las jóvenes acceden a la pornografía, que en numerosas ocasiones ofrece contenido sexual violento hacia la mujer, a edades cada vez más tempranas y reconocen consumirla en frecuencias elevadas a lo largo de su adolescencia, cabe plantearse hasta qué punto la visualización de este contenido influye a largo plazo en su percepción de la sexualidad y en las relaciones sexuales que mantienen. Recordemos que muchos inician la visualización de la pornografía antes incluso de haber mantenido relaciones o prácticas sexuales lo que podría suponer según Ferguson y Hartley (citados en Rostad et al. 2019, 3) que no interpretaran este contenido como una cosa ficticia o una fantasía, pudiendo influir en su comportamiento o expectativas de sus relaciones sexuales en la vida real.

Wright, Tokunaga y Kraus (citado en Bridges et. al. 2016, 1) realizaron un estudio examinando el consumo de pornografía en relación con los comportamientos sexuales agresivos. Los resultados obtenidos de 22 investigaciones llevadas a cabo en 7 países diferentes mostraron una correlación positiva entre ambas variables; siendo esta relación similar para hombres y mujeres, tanto adolescentes como adultos. De otra parte, Bridges et al. (2016) lleva a cabo un estudio para analizar si la frecuencia del consumo de pornografía está relacionada con el comportamiento sexual que se puede observar en la pornografía popular. La investigación revela que, en términos generales, los hombres y mujeres que consumen pornografía con más frecuencia son más propensos a haber probado o tener interés en probar los comportamientos sexuales observados en la pornografía, los cuales incluyen generalmente algún tipo de acto violento que suele ser ejercido más a menudo de hombre a mujer. Estos comportamientos agresivos van desde suaves azotes o asfixia leve a comportamientos que pueden tener una consecuencia sobre la salud de las mujeres como la doble penetración anal o a práctica de *ass to mouth*, culo a boca, que consiste en retirar el pene del ano de la mujer e introducirlo directamente luego en la boca. En la investigación se destaca que el porcentaje de hombres que consumen pornografía frecuentemente es mucho más elevado que el de mujeres, aunque las mujeres que afirman visualizarla a menudo tienen mayores posibilidades de aplicar los comportamientos sexuales que se muestran en el porno.

Así, un estudio de Feng Sun et. al. (2017) reveló que las mujeres alemanas estudiadas que consumían pornografía de manera individual o en pareja mostraban deseo de participar, o ya habían participado, en relaciones sexuales tomando un papel

únicamente sumiso, pero no dominante, en acciones como: ser tiradas del pelo, ser eyaculadas en la cara, ser azotadas, ser insultadas, ser abofeteadas o amordazadas. Se encontró una correlación positiva entre la fecha de inicio de consumo de pornografía y el deseo o práctica de estas técnicas; cuanto más pronto se comenzó el consumo, mayor fue la demanda de estas prácticas. En relación con esta temática, investigaciones como la de Rostad et. al. (2019) muestran una correlación entre la exposición a pornografía violenta y casos de *Teen Dating Violence* (TDV), es decir situaciones de violencia en el noviazgo entre adolescentes, la cual es considerada una extendida preocupación sanitaria. Para ello toman como muestra un grupo de *grade 10 students*, los cuales tienen entre 15 y 16 años, y analizan la exposición a pornografía violenta que incluye situaciones degradantes o violentas hacia las mujeres en diferentes formatos: vídeos, revistas, libros, etc. Al igual que otros estudios afirman, los chicos muestran una tendencia más elevada al consumo de pornografía que las chicas, accediendo asimismo a esta desde edades más tempranas. Además, según Rimito y Beltramini (citados en Rostad et. al. 2019) parece haber una relación entre el consumo de sustancias y el consumo de pornografía en los menores masculinos; mientras que para las chicas el hecho de sufrir o haber vivido algún caso de violencia en la familia hace que se muestren más proclives a consumirla.

Los resultados de Rostad et. al. (2019) señalan una relación entre el consumo de pornografía y TDV, aunque con patrones diferentes según los géneros. Las adolescentes expuestas a pornografía violenta eran 1,5 veces más proclives a perpetrar situaciones de TDV físico o mediante amenazas; mientras que para los varones el consumo de este tipo de pornografía les hacía 3 veces más proclives a perpetrar las situaciones de TDV. El estudio de Rostad et. al. (2019) concluye que el consumo de pornografía violenta es un potencial factor de riesgo para el desarrollo de situaciones de violencia en el noviazgo adolescente, sobre todo para los varones adolescentes que se muestran más proclives a perpetrarla. Recalcando, de este modo, la importancia de aplicar estrategias de educación sexual alternativas que promueva relaciones sexuales sanas basadas en la no violencia.

### 1.3 LO QUE HAY DETRÁS DEL PORNO

*No vengo aquí para pasarlo bien, sino para hacer un espectáculo, y lo paso mal para que tú te corras, para que a mí me paguen y pasarlo bien en mi tiempo libre. En el porno, se paga a una mujer por mantener una relación sexual con ella*

*guiada y esa relación se graba. En la prostitución se paga a una mujer por mantener una relación con ella ¿Cuál es la diferencia?*

Actriz porno entrevistada en la película documental *Hot Girls Wanted* (2015)

Únicamente Pornhub, la plataforma norteamericana más grande a nivel mundial tiene de 200 a 300 millones de usuarios cada día. En España el consumo de esta página se elevó al 61,3% el 17 de marzo, justo tres días después de la declaración del Estado de Alarma, ofreciendo esta todo su contenido de forma gratuita (Barrero 2020). Este consumo ilimitado, fácilmente accesible y mayormente gratuito preocupa a los expertos ante una posible influencia en la forma en la que se ofrece y consume la prostitución, con un aumento de la oferta y de la accesibilidad a través de internet (Ballester y Orte citados en Save the Children 2020, 44).

Como dice Esther Torrado (2021, 6) “La pornografía es la teoría de la violencia sexual contra las mujeres y las niñas, la prostitución es la práctica, ambas constituyen una escuela de desigualdad. Se trata de elementos imprescindibles para que se erotice y normalice la violencia”. Por su parte Mónica Alario Gavilán (2018) afirma que la prostitución es el lugar donde se satisface el deseo sexual masculino que se promueve y construye a través de la pornografía, siendo el sexo de la pornografía el propio de la prostitución; o como lo define Walker “el que no muestra elección, ni emotividad, ni reciprocidad” (Walker citado en Gavilán 2018, 8). Alario (2018) resalta la idea de que la prostitución está directamente relacionada con la construcción del género ya que el 90% de las personas prostituidas son mujeres, mientras que el 99,7% de los consumidores son hombres; siendo mayoritariamente consumidores masculinos también los que demandan ese 10% de esa población prostituida que no son mujeres (Ayuntamiento de Sevilla citado en Alario 2018, 2).

Asimismo, Jeffreys (2011, 13) considera la pornografía como una práctica en la que se intercambia dinero o *mercancías* con el objetivo de que los hombres obtengan acceso sexual al cuerpo de las mujeres o niñas ya que, según la autora, la única diferencia entre la pornografía y “otras formas de prostitución es que esta es filmada”; siendo entonces la pornografía una parte fundamental de la industria del sexo o como ella la denomina “the industrial vagina”, es decir, “la industria de la vagina”. Esta industria del porno ha crecido en los países occidentales debido a una relajación gradual en la censura

sobre los contenidos pornográficos como consecuencia de la influencia de la revolución sexual en la que se defendió la “libre expresión” del contenido pornográfico frente a otras posiciones, como las de Kathleen Barry, que sostenía que la pornografía era propaganda del desprecio hacia las mujeres (Barry citada en Jeffreys 2011, 82). Esta visión simplista de la pornografía como una forma de libertad sexual o de expresión cultural, no tiene en cuenta, según Jeffreys (2011), las condiciones y situaciones por las que pasan las mujeres y jóvenes para producirla.

Así, los efectos que la pornografía producen en la salud de las mujeres son similares a los que se dan en la prostitución: vaginas y anos desgastados; dolor considerable (Holden citada en Jeffreys 2011,97), embarazos no deseados, abortos, enfermedades de transmisión sexual o en el tracto reproductivo (Farley citada en Jeffreys 2011, 97) o infecciones en los ojos debido a eyaculaciones en las caras de las actrices (Dines y Jensen citadas en Jeffreys 2011, 97). Desde otra perspectiva, las jóvenes —a veces son menores de edad— que sufren estas consecuencias provienen normalmente de ambientes vulnerables: sin hogar, con familias sin recursos, (Lords y Canyon citadas en Jeffreys 2011, 97) o con un historial de violencia que las precede (Lords citado en Jeffreys 2011, 99). Asimismo, a pesar de ser las imágenes de estas mujeres las que se comercializan y generan beneficios, “las ganancias que generan están todavía fundamentalmente controladas por los hombres . . . la demanda se satisface por la venta de grandes colecciones de fotografías de mujeres a las que les pagan (si lo hacen) un monto nominal” (Lane citada en Jeffreys 2011, 85). La rentabilidad de la industria pornográfica atrae a grandes corporaciones, bancos e inversores, que a su vez fomentan su expansión; permitiendo, consecuentemente, que cada vez más hombres puedan vender el uso sexual de mujeres, niños y niñas en diversas formas como: sexo telefónico, sexo en línea, sitios *web* de sexo en vivo o a través de la industria de los *clubes de striptease*, también conocidos como “pornografía en vivo” (Jeffreys 2011, 108).

Estas nuevas formas de pornografía siguen evolucionando y filtrándose en la cultura popular, así los resultados de este propio trabajo de investigación afirman la existencia de nuevos formatos de pornografía que cada vez se acercan más a la juventud como la plataforma OnlyFans, en la que se pueden visualizar fotos de desnudos mediante pago, o la sección de la red social de Twitch *Pools, Hot Tubs and Beaches* que se asemeja a la interacción de un *club de striptease* de manera virtual. De este modo, la normalización del consumo y producción de la pornografía en la cultura popular ha conseguido —a costa de usar sexualmente a niñas y mujeres en situaciones vulnerables como la trata, la falta

de residencia o que han sufrido abusos sexuales— normalizar también el resto de la industria del sexo como los clubes de *striptease*, los burdeles y otros tipos de prostitución (Jeffreys 2011).

La prostitución está normalizada y ampliamente extendida dentro del territorio español: así, el 39% de los hombres afirman haber pagado por mantener relaciones sexuales (NNUU citado en APRAMP 2020, 30). Mientras que en la década de los setenta gobiernos nacionales y leyes internacionales estaban de acuerdo respecto a la ilegalización de la prostitución, el neoliberalismo de los ochenta permitió que los prostíbulos se legalizaran en países como Nueva Zelanda, Holanda, Alemania o Australia, normalizando también la pornografía. No obstante, la gran mayoría de la prostitución a escala mundial siguió siendo ilegal, convirtiéndose a la vez en un espacio disponible y ventajoso para el crimen organizado (Jeffreys 2011, 12). Esta globalización de la industrial sexual supone que se pueda acceder a los cuerpos femeninos desde fuera de los países en los que se encuentran mediante “el tráfico, el turismo sexual y el negocio de las esposas que se compran por correo . . . de tal manera que las mujeres de los países pobres puedan ser compradas con fines sexuales por hombres de países ricos” (Belleau citado en Jeffreys 2011, 17). De las personas en situación de prostitución más del 80% han sido víctimas de trata, siendo España “uno de los principales países de destino de mujeres tratadas para fines de explotación sexual” (NNUU citado en APRAMP 2020, 30). Solo en Europa la trata de seres humanos afecta entre 70.000 y 140.000 personas, siendo el 44% de las víctimas ciudadanas de la U.E. y el 23% menores de edad (Informe sobre los progresos realizados en la lucha contra la trata de seres humanos citado en APRAMP 2020, 30). Las víctimas que se han hallado en España proceden en su mayoría de Rumanía, seguido de Nigeria, República Dominicana, Brasil, Bulgaria y Paraguay (APRAMP 2020).

Concretar el nivel de prostitución que existe actualmente en España es una tarea complicada. APRAMP (2020), la Asociación para la Prevención, Reinserción y Atención a la Mujer Prostituida, estima que hay entre 46.000 y 300.000 personas en el mercado sexual, ya sea en clubes, pisos, calles o lugares privados. Aún más difícil es saber qué porcentaje de estas personas han sido traídas a España con la intención de explotarlas sexualmente mediante el engaño, la coacción o la fuerza. Sin embargo, esta entidad estima que más del 90% de los miles de personas que han atendido habían sido o son víctimas de trata. Los métodos empleados para este tipo de situaciones dependen de unos lugares a otros. En muchas ocasiones son las propias familias las que venden a sus hijas esperando



recibir dinero después desde España. Normalmente, se engaña a las víctimas ofreciéndoles un trabajo o vida en territorio español y cuando llegan se les impone una deuda por el viaje y los trámites administrativos que se han necesitado para llegar al país. Los explotadores obligan a las víctimas a tener que ejercer la prostitución para poder saldar esta deuda, para ello les inflige violencia física o sexual, a ellas o a sus seres queridos; el hecho de no disponer normalmente de documentación ni conocer la lengua del país hace que perpetrar esta situación de abuso sea mucho más fácil (APRAMP 2020, 22). El uso de las drogas o alcohol y fomentar el miedo hacia la policía o instituciones de inmigración son otras de las estrategias que los explotadores utilizan para que las víctimas no intenten escapar ni denunciar. Casi todas las personas que se animan a colaborar con la justicia y denunciarlo han hecho por contar con el apoyo de una entidad especializada. A esta problemática se añade la normalización de la industria del sexo dentro de España en la que la prostitución no es ilegal pero tampoco está regulada; aunque la prostitución forzada está prohibida esta tampoco es activamente perseguida. (APRAMP 2020, 22).

Alario (2018) matiza que la prostitución se mantiene gracias a la demanda masculina; según su investigación el único elemento común que tienen los *puteros* es haberse socializado dentro del género masculino de acuerdo con unos patrones que fomentan la carencia de empatía hacia las mujeres y una forma de vivir la sexualidad que se basa en la dominación hacia estas (Sambade citado en Alario 2018, 75). Para que un *putero* pueda mantener una relación con alguien que no le desea debe haber un distanciamiento emocional que haga que la mujer sea considerada exclusivamente como un objeto sexual. A ello se le suma una erotización de la falta de consentimiento, deseo de dolor emocional o físico. Valores que se muestran y fomentan a través de la pornografía *mainstream* hegemónica y generalmente gratuita que, recordemos, comienzan a consumir los adolescentes desde sus dispositivos móviles, a edades tan tempranas como los 10 años. Como se ha mencionado con anterioridad, la masculinidad hegemónica se basa en el ejercicio de poder y dominio sobre los demás, sobre todo sobre las mujeres. Esta masculinidad que ha sido perseguida en otros entornos se mantiene viva dentro de la sexualidad, en la que los varones pueden reafirmar esta superioridad, siendo la pornografía y la prostitución una salida para mantenerla y ejercerla (Gimeno citado en Gavian 2018,75); constituyendo la prostitución para Pateman (2019/1988, 356) “parte del ejercicio de la ley del derecho sexual masculino, uno de los modos en los que los varones se aseguran el acceso al cuerpo de las mujeres”.

#### 1.4 LA NECESIDAD DE LA EDUCACIÓN AFECTIVO SEXUAL FRENTE A LA EXPANSIÓN DEL CONTENIDO PORNOGRÁFICO

En el estudio llevado a cabo por Torrado (2021) se abre el debate a las familias y el profesorado sobre los contenidos de la pornografía *mainstream*, su influencia en la juventud y las posibles medidas a llevar a cabo frente a sus efectos. Para la mayor parte de los participantes del debate las TICs suponían una forma de facilitar el acceso tanto al consumo de la pornografía como a la producción de esta a través de las cámaras de los teléfonos móviles, con las que los y las adolescentes podrían grabar sus propias fotos y vídeos mandándolos luego a través de las diferentes plataformas *online*. En general, las personas participantes en los diferentes grupos de discusión se declaraban a favor de la prohibición del consumo de pornografía en menores; manifestando como alternativa a la demanda de porno una buena educación afectivo-sexual para jóvenes, docentes y familias en la que se informe sobre los peligros de esta y en la que les den las herramientas para enfrentarse a ella. Reclamaban también programas para tratar a aquellas personas que sufrían adicciones al porno —o como lo llama Mabel Lozano en el subtítulo de su libro *PornoExplotación*, “la explosión de la gran adicción de nuestros tiempos”—. Para lograr estos objetivos recalcan que los gobiernos, la sociedad y la comunidad educativa debían implicarse. Opinan, en términos generales, que los gobiernos deberían establecer medidas y leyes, al igual que lo hacen otros países de la Unión Europea, para establecer “controles parentales por defecto” para que los menores no puedan acceder a la pornografía y se permita, así, que las empresas que lo incumplan sean sancionadas.

De otra parte, Catherine Page Jeffery (2020) expone las opiniones de las familias sobre lo que es apropiado o inapropiado —según ella término difuso y altamente subjetivo— en el espacio virtual. Sabiendo que educadores y expertos califican como contenido inapropiado aquel que sea violento, que promueva la autoagresión, o la pornografía, pregunta a las familias de jóvenes de entre 12 y 16 años su opinión respecto a lo que es adecuado o no en ámbito digital. Las familias entrevistadas coinciden con los expertos en tachar las formas *online* representativas de violencia, la pornografía o las formas sexualizadas de autoexpresión como inapropiadas para sus hijos e hijas. Del mismo modo, ponían en duda los beneficios del uso de las tecnologías digitales en el desarrollo de las capacidades de sus descendientes, alegando que su uso fomentaba una reducción de la capacidad de atención de los y las jóvenes y defendiendo la necesidad de establecer unas bases sólidas de aprendizaje no virtual antes de acceder a las tecnologías.

Sin embargo, el uso de las esferas virtuales forma ya parte de la rutina de aprendizaje de la juventud, permitiéndoles acceder y manejar grandes cantidades de información provechosa. Por este motivo, el estudio confirma que imponer a los y las menores una restricción extremadamente amplia del uso de la red no es una opción realista para las familias. Se opta, entonces, por demandar tanto a los gobiernos como a los portales de recursos de ciberseguridad que tengan en cuenta los usos que la juventud hace de los espacios virtuales evaluando los riesgos y oportunidades que estos permiten con el fin de promover un uso seguro y responsable de ellos (Page-Jeffery 2020).

Los debates sobre la aceptación de la pornografía como adecuada o no son diversos y se pueden enfocar, como resalta Mónica Alario Gavilán desde perspectivas diferentes: un primer posicionamiento consideraría la pornografía como sexo explícito y por ese simple motivo se opone a ella; otra perspectiva defiende que la pornografía equivale a sexo y por tanto estar en contra de ello sería entendido como una forma de represión sexual, por lo que se muestran a favor de ella; y, por último, se encuentra el posicionamiento desde el feminismo radical que concluye que la pornografía no es lo mismo que sexo ya que tiene una gran carga de violencia ejercida sobre la mujer, posicionándose por tanto en contra de esta (“Conferencia Política sexual de la pornografía-Autora Mónica Alario” 2021).

Desde este trabajo se coincide en opiniones como las de Jensen “no hay nada malo en aprender sobre sexualidad desde una publicación explícitamente sexual, el problema es que la pornografía comercial heterosexual construye la sexualidad desde una perspectiva masculina-dominante que presenta a las mujeres como objetos sexuales” (Jensen citado en Boyle 2005, 38). De igual modo Torrado afirma que no se trata de demonizar la sexualidad, ni de prohibir a los y las jóvenes el uso de los dispositivos móviles eternamente, sino educar a la juventud en el espíritu crítico, haciéndoles diferenciar lo que es sexualidad de lo que es violencia, haciéndoles empatizar con el otro para que no encuentren disfrute en las imágenes violentas ya que “La ausencia de la educación sexual integral y orientada a la prevención de la violencia sexual ha convertido a la pornografía en una escuela de la sexualidad patriarcal, donde los más jóvenes acuden para iniciarse, excitarse o buscar información sobre sexo” (“Sexualidad y Consumo de Pornografía en Adolescentes y Jóvenes de 16 a 29 años” 2021). Para ello no solo los docentes deben implicarse, debe realizarse un cambio estructural en el que los gobiernos establezcan políticas públicas y en el que la industria del porno y el sexo se regularice y penalice. Necesitamos crear cambios en las masculinidades hegemónicas, educando

hombres que empaticen con las mujeres y que no gocen con su dominación y mujeres que desarrollen una conciencia crítica y no normalicen la violencia y la sumisión como una forma de entender la sexualidad (“Sexualidad y Consumo de Pornografía en Adolescentes y Jóvenes de 16 a 29 años” 2021).

## **2. METODOLOGÍA**

El trabajo de campo realizado comienza con una revisión de los datos sobre el acceso de los y las jóvenes a dispositivos móviles y a internet; las diferentes formas de consumo pornografía gratuita y machista que hacen a través de sus dispositivos a edades alarmantemente tempranas; la influencia del consumo del porno en la concepción de la sexualidad y en las relaciones sociales y sexuales de la juventud, las cuales pueden derivar en situaciones de violencia en el noviazgo adolescente; el mundo del porno y la prostitución; y, por último, se adentra en las perspectivas de familias y docentes sobre el problema y sus posibles soluciones. Este marco teórico es la base de la investigación de campo en la que se analizan los contenidos relacionados con la sexualidad y la pornografía a los que las personas jóvenes tienen acceso a través de las redes sociales que usan diariamente, a la vez que se identifican y describen las diferentes formas que estas RR.SS. tienen de publicitar o fomentar el acceso a contenido pornográfico.

### **2.1 OBJETIVOS Y PREGUNTAS ESPECÍFICAS DE INVESTIGACIÓN**

Las formas de socialización son diversas y varían en función de la cultura y el espacio temporal analizado. Dentro de la sociedad occidental del siglo XXI las redes sociales virtuales juegan un papel crucial en los procesos de socialización de la población. Hoy en día los más pequeños crecen ya con aparatos electrónicos en sus manos a través de los cuales tiene acceso a un sinfín de información. El incremento del uso de internet y de las redes sociales como parte de la rutina de ocio de los niños y niñas provoca que la población juvenil quede expuesta a una gran cantidad de información de diverso tipo—entre la que se incluye la sexual y la pornográfica—. Ante estos hechos, estas son algunas de las preguntas de investigación que se plantean en este trabajo. Se muestran agrupadas en 5 objetivos diferentes clasificados en función del instrumento o estrategia de recogida de información utilizado.

#### **Mediante la realización de un cuestionario se tratará de:**

1. Identificar las preferencias del alumnado en cuanto al consumo de las redes sociales: YouTube, TikTok, Twitch e Instagram ¿Qué porcentaje de niñas y niños usan estas plataformas?
2. Detectar las formas de búsqueda de información en las diferentes redes sociales: YouTube, TikTok, Twitch e Instagram ¿Utilizan niños y niñas las plataformas del mismo modo? ¿Qué partes de ellas usan más? ¿Buscan ellos y ellas el contenido que les interesa o visualizan las recomendaciones que las páginas les sugieren?

3. Detectar los perfiles y contenidos favoritos entre los niños y niñas de 5º y 6º de primaria ¿Cuáles son las temáticas preferidas de los y las jóvenes? ¿Acceden al mismo contenido? ¿Cuáles son sus *influencers* o referentes favoritos?

**A través de un análisis guiado de contenido se pretende:**

4. Investigar las características del contenido de los y las *influencers* elegidas por el alumnado en relación con la sexualidad y la pornografía. ¿Hablan los y las *influencers* sobre sexualidad en sus perfiles? ¿Conversan sobre sexualidad desde una perspectiva sexista? ¿Se sexualiza a las figuras femeninas en los canales analizados? ¿Reciben las *influencers* femeninas comentarios de índole sexual en sus perfiles? ¿Hablan los y las *influencers* sobre pornografía en sus perfiles?

**Por último, por medio de un mapeo de contenido se tratará de:**

5. Reflejar las diferentes formas que las plataformas digitales tienen de compartir o fomentar el acceso a contenidos pornográficos. ¿Cuáles son los mecanismos empleados en las redes sociales para transmitir o fomentar el consumo de contenido pornográfico entre el alumnado? ¿Qué tipo de imágenes o información transmiten estos mecanismos?

## 2.2 INSTRUMENTOS Y ESTRATEGIAS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN

En esta investigación se ha elegido un enfoque metodológico mixto en el que se combina el enfoque cuantitativo y el cualitativo. Como estrategia cuantitativa se realiza y aplica un cuestionario al alumnado de Primaria de 5º y 6º de dos colegios diferentes de Asturias. La finalidad que se persigue es conocer sus preferencias, gustos y formas de interactuar en el ámbito de las RR.SS. Los datos obtenidos se complementan, para su mejor comprensión, con una breve descripción de cada una de las redes sociales que son más populares entre los sujetos estudiados —YouTube, TikTok, Twitch e Instagram—, descripción que se ilustrará con las definiciones que los propios estudiantes proporcionaron en el cuestionario sobre cada red social.

Posteriormente, y a partir de los datos obtenidos con el cuestionario, se seleccionan los perfiles de *influencers* más populares entre el alumnado de las diferentes redes sociales estudiadas —AuronPlay, Ibai, Charli D'Amelio, Monismurf, Marta Díaz y Ángela Mármol— y se lleva a cabo una búsqueda en la red para detectar el contenido relacionado con la sexualidad o la pornografía que estos perfiles han publicado en internet, realizando posteriormente un análisis guiado del mismo. Al realizar este análisis

del material publicado por los diferentes perfiles de *influencers* se detectan procedimientos o espacios que podrían funcionar como *pasarelas* entre los perfiles de *influencers* y el contenido pornográfico, al que en este caso podría tener acceso el alumnado de Educación Primaria. Ante la gran cantidad de información encontrada y las diversas formas de funcionamiento que estas *pasarelas* adoptan, se decide mapear, en lugar de analizar, este contenido detectado con la finalidad de poner en relevancia el tipo de imágenes o información al que la juventud podría tener acceso en relación con la sexualidad y la pornografía.

### 2.2.1 CUESTIONARIO

El cuestionario realizado para la investigación se hace en la plataforma Google Forms, realizando diversos ensayos piloto para garantizar su buen funcionamiento antes de aplicarlo a los grupos investigados. Con anterioridad a la aplicación del cuestionario se pidió autorización a los equipos directivos de ambas escuelas y se solicitó consentimiento a recoger los datos del formulario, garantizando el anonimato de los alumnos participantes.<sup>1</sup> En el cuestionario los estudiantes especificaron primeramente a qué colegio y curso pertenecían, indicando si eran chicos o chicas y el año en el que habían nacido. Aparte de estas cuestiones, el documento dispone de 22 preguntas de distinto tipo —4 preguntas de sí o no, 5 de respuesta múltiple y 13 de respuesta abierta— a través de las cuales el alumnado indicaba: si usaba las redes sociales YouTube, TikTok, Twitch e Instagram; como las definiría; cuáles eran sus *influencers* favoritos de cada una de ellas; cuáles eran las partes de cada una que más usaba; y, por último, cuál era el contenido que visualizaba en ellas. En el apartado de anexos del trabajo se puede revisar el modelo de cuestionario realizado (**Anexo I**) junto con una tabla de Excel en el que se recogen las respuestas del alumnado ordenadas por colegio, curso y género (**Anexo II**).

El alumnado de ambos colegios ya estaba familiarizado con el uso de la aplicación de Google Forms ya que habían realizado exámenes y actividades en esta plataforma, por lo que pudieron rellenarlo sin dificultad alguna; sin embargo, dos clases del Colegio 2

---

<sup>1</sup> En el Colegio 1 se envió el *link* del cuestionario a la jefa de estudios y esta lo envió al profesorado de los cursos de 5º y 6º, que posteriormente se encargó de seleccionar el momento adecuado dentro de su aula y enviar el *link* a sus alumnos y alumnas a través de Teams o correo electrónico escolar para que el alumnado pudiera cumplimentarlo. En el Colegio 2 se envió directamente el *link* del cuestionario al profesorado que posteriormente procedió a enviarlo a su alumnado para que estos pudieran rellenarlo a través de la plataforma educativa usada por el centro, Educamos.

realizaron los cuestionarios sobre papel por no disponer en ese momento de acceso a ordenadores ni *tablets*. La plataforma Google Forms permite a la persona que ha creado la encuesta acceder a las respuestas de una en una, en forma de gráficos o exportarlas en un Excel. Se opta por extraer las respuestas en un Excel para poder analizar los datos con eficacia, añadiendo posteriormente a este las respuestas de los formularios rellenados a mano por los dos grupos de estudiantes del Colegio 2. Con la intención de poder responder a las preguntas de investigación formuladas se analizan en clave de género y con frecuencias y porcentajes aquellos datos relevantes para la investigación de las redes sociales de YouTube, TikTok, Twitch e Instagram: grado de preferencia de las redes sociales; formas de búsqueda de información en las diferentes redes sociales; y, perfiles y contenidos favoritos entre los niños y niñas.

**Descripción de la muestra encuestada:** El estudiantado cursaba los niveles de 5º y 6º de primaria en ambos colegios, por lo que la edad de estos oscilaba entre 10 y 12 años. Ambos colegios están situados en barrios residenciales cerca de zonas verdes, bibliotecas, instalaciones deportivas y culturales, centros de salud, comercios locales y supermercados. Las familias del Colegio 1 de Gijón son de origen urbano y obreras, estas se encuentran en ocasiones afectadas por la problemática del paro (Colegio 1, 2018). Las familias del Colegio 2 de Oviedo (Colegio 2, 2017) son mayoritariamente de clase media: funcionarios, técnicos, trabajadores cualificados e industriales, que han cursado en su mayoría estudios medios. En general son familias con 1 o 2 hijos, aunque el porcentaje de familias de un solo progenitor aumenta considerablemente cada año.

De los 160 estudiantes que respondieron a la encuesta una persona no especifica si es chico o chica. Siendo este un aspecto crucial para el análisis posterior de los resultados en clave de género se toma como muestra total un número de 159 encuestados de los cuales 79 son niños y 80 niñas: 22 de los 159 encuestados pertenecían al Colegio 1, siendo 12 encuestados de 5º curso (entre 10 y 11 años) y 10 de 6º curso (entre 11 y 12 años); mientras que 137 encuestados pertenecían al Colegio 2, 67 de 5º curso (10 u 11 años) y 70 de 6º (entre 11 y 12 años). Se adjunta a continuación una tabla ilustrativa.



Colegio	Curso	Edad	Niños	Niñas	Total
Colegio 1	5°	10 a 11 años	4	8	12
	6°	11 a 12 años	3	7	10
Colegio 2	5°	10 a 11 años	38	29	67
	6°	11 a 12 años	34	36	70
Ambos centros			79	80	159

**Tabla 1.** Muestra encuestada

Según la *web* del Ministerio de Educación y Formación Profesional Ministerio de Universidades (s.f.) 8.183 estudiantes de 5° curso y 8.524 estudiantes de 6° curso de centros públicos o privados fueron matriculados en el curso 2020-2021, contando, por tanto, con una población total de 16.707 estudiantes sobre la que basar la muestra estudiada. El tamaño muestral se ha definido entonces teniendo en cuenta este universo poblacional (N=16.707) con un nivel de confianza del 97,00% (K=2,17), un error muestral del 8,56% (e) y el valor de p y q del 0,5 como opción más segura en este tipo de casos. Aunque se es consciente de que este tamaño muestral no es representativo, tiene un cierto peso en cuanto a la generalización de los resultados. Se hubiera deseado contar con un mayor número de participantes, pero las restricciones de tiempo y espacio condicionaron las posibilidades de ampliación de toma de datos.

### 2.2.2 ANÁLISIS DE CONTENIDO

Una vez detectados cuales son los y las *influencers* más populares entre el alumnado, a partir del análisis de frecuencias y porcentajes, se escogen, para hacer el análisis de contenido, los 2 personajes más populares de cada red social. Cabe destacar que, aunque cada uno de ellos ha salido seleccionado como favorito en una red social, todos los y las *influencers* disponen de cuentas en al menos tres de las cuatro redes sociales analizadas—YouTube, TikTok, Twitch e Instagram— acentuando, además, la importancia de la interconexión existente entre ellas ya que son los mismos *influencers* los que promocionan los perfiles que tienen en las diferentes plataformas. A continuación, se muestra los 2 *influencers* seleccionados por los estudiantes como favoritos de cada plataforma:

- YouTube: AuronPlay e Ibai
- TikTok: Charlie D’Amelio y Monismurf
- Twitch: Auronplay e Ibai

- Instagram: Marta Díaz y Ángela Mármol

En primer lugar, se hace una búsqueda en internet de cada uno de los perfiles a analizar recopilando información sobre su nombre real, edad, número de suscriptores y forma o proceso por el que se ha hecho famoso/a. Posteriormente, se lleva a cabo un análisis de contenido de los perfiles de los diferentes *influencers* utilizando un guion de observación. La función de esta herramienta, que se puede revisar en el apartado de anexos del trabajo (**Anexo III**), es facilitar el proceso de recopilación de información y profundizar en el análisis del material para poder detectar si los diferentes perfiles de *influencers* tratan temas relacionados con la sexualidad en sus redes sociales.

En un primer momento se pretendió analizar exclusivamente el contenido que los distintos *influencers* publicaban en la red social en la que habían sido seleccionados como favoritos: AuronPlay e Ibai en YouTube y Twitch; Charlie D'Amelio y Monismurf en TikTok; y Marta Díaz y Ángela Mármol en Instagram. Sin embargo, cada plataforma tiene formas de funcionamiento diferentes y 3 de las 4 estudiadas se caracterizan por emitir contenido en directo o que dura unas horas determinadas y luego desaparece; como es el caso de Twitch, Instagram y TikTok. Además, la información de las redes Instagram y TikTok está basada en la publicación de fotos o vídeos cortos —*tiktoks*— que carecían de información suficiente para hacer el análisis que se buscaba. En cambio, la plataforma de YouTube ofrece vídeos de larga duración en la que los *influencers* aparecen hablando e interactuando con otros personajes.

Dadas estas cuestiones y teniendo en cuenta la interconexión existente en el mundo virtual de todas las redes sociales, se procede a analizar en la investigación no solo la información (fotos, vídeos cortos o largos y comentarios) de las plataformas en las que cada perfil ha sido seleccionado como favorito, sino que se estudian diferentes vídeos de YouTube de todos los perfiles destacados: AuronPlay, Ibai, Charlie D'Amelio y Monismurf, Marta Díaz y Ángela Mármol. Para el análisis de la cuenta de Charli D'Amelio, que ha sido seleccionada en TikTok, se analizan sus publicaciones en TikTok, YouTube e Instagram ante la falta de contenido detectado en TikTok. Se expone a continuación una tabla de los contenidos analizados de los diferentes *influencers*.

<i>Influencer</i>	<b>Youtube</b>	<b>Twitch</b>	<b>TikTok</b>	<b>Instagram</b>
<b>1. AuronPlay</b>	<b>C.1</b> Perfil de AuronPlay YouTube <b>V.1</b> <i>Las maravillas de internet</i> <b>V.2</b> <i>La juventud de hoy en día</i> <b>V.3</b> <i>Auronplay Borró este video de su canal</i>	<b>C.2</b> Perfil de AuronPlay en Twitch <b>V.4</b> <i>Auron opina sobre hot tube en Twitch</i>	–	–
<b>2. Ibai</b>	<b>C.3.</b> <i>Perfil de Ibai Youtube</i> <b>V.5</b> <i>Reaccionando a la Rosa de Guadalupe</i> <b>V.6</b> <i>Doy 300€ al que más me haga reír   Si te ríes pierdes 4</i> <b>V.7</b> <i>Hábitos con Ibai Llanos "hace años que no veo porno"</i>	<b>C.4</b> Perfil de Ibai en Twitch <b>V.8</b> <i>Reaccionando a "Hábitos con Fati Vázquez" de Mostopapi (directo Twitch subido a Youtube)</i>	–	–
<b>3. Charli D'Amelio</b>	<b>V.9</b> <i>JT Gets Charli D'Amelio to Twerk At a Club with Lil Uzi Vert and Dixie</i> <b>V.10</b> <i>Charli D'Amelio sexy moments (hottest bkini, twerks)</i> <b>V.11</b> <i>Charli D'amelio sexiast Tiktok's</i> <b>V.12</b> <i>Se filtra Video NoPor De Charli Damelio</i> <b>V.13</b> <i>Charli D'Amelio Cries After Losing 1 Million Follower Because of ThiS</i>	–	<b>C.5</b> Perfil de Charli en Tik Tok <b>Tiktok 1.</b> <i>We all agree that charli is hot right</i> <b>Tiktok 2.</b> <i>Charli D'amelio</i>	<b>P.1</b> Bikini verde <b>P.2</b> Bikini azul

**Tabla 2.** Contenido analizado de los y las *influencers*

C= captura de pantalla; V= vídeo; y P= publicación.

Influencer	YouTube	Twitch	TikTok	Instagram
4. Monismurf	V.14 <i>La pongo celosa por 24 horas</i> (2) <i>*me echa* Exi</i> V.15 <i>A qué saben mis besos challenge? Con Monismurf Marina Yers</i>	–	C.6 Perfil de Monismurf en TikTok <b>Tiktok 3.</b> <i>cásense</i> <b>Tiktok 4.</b> <i>Monismurf hot pics</i>	–
5. Marta Díaz	V.16 <i>Marta Díaz dice que ha tenido más de 6 veces sex0 al día</i> V.17 <i>Orgasmo de Marta Díaz</i> V.18 <i>Respondiendo a preguntas *muy incómodas*- Marta</i>	–	–	C.7 Perfil Marta Díaz en Instagram P.3 Vestido marrón P.4 Espejo P.5 Bañador P.6 Chaqueta
6. Ángela Mármol	V.19 <i>Naim Darrechi Habla de la denuncia de Angela Mármol (Directo Completo)</i> V.20 <i>Hábitos con Naim Darrechi "me encantaría que me vean hacerlo"(Video borrado completo) (Resubido)</i> V.21 <i>¿¡Cual es nuestra postura favorita!?! Preguntas íntimas con mi novia</i> V.22 <i>Hábitos con Widler y Ángela Mármol: "Un millón de likes y hacemos un intercambio de parejas"</i>	–	–	C8. Perfil de Ángela Mármol en Instagram P7. Pelo en coleta P8. Barco P9. Sudadera gris

**Tabla 3.** Contenido analizado de los y las *influencers*

C= captura de pantalla; V= vídeo; y P= publicación.

Las transcripciones de los vídeos y el análisis en profundidad de cada uno de los vídeos, fotos y comentarios pueden consultarse en el apartado de anexos de este trabajo (**Anexo IV**). Las capturas de pantalla de los perfiles globales de cada *influencer* han sido tomadas solamente en las redes sociales en las que habían sido seleccionados como favoritos: en YouTube, AuronPlay e Ibai; en TikTok, Charlie D'Amelio y Monismurf; en Twitch, AuronPlay e Ibai; y por último en Instagram, Marta Díaz y Ángela Mármol. Para seleccionar los vídeos a analizar en la plataforma de **YouTube y TikTok** se han realizado búsquedas en las plataformas combinando el nombre de cada *influencer* con las palabras:

“porno”, “nopor”<sup>2</sup>, “sexo”, “ligar”, “*sexy*”, “*hot*”<sup>3</sup>, “amor” y “novio/a”. Por ejemplo, se busca “AuronPlay + porno”, “AuronPlay + sexo”, “AuronPlay + ligar”, etc. De entre los vídeos que se obtienen en las búsquedas se seleccionan aquellos que parecen más relevantes para la investigación según los contenidos que ofrecen relacionados con aquellos que recoge el guion de análisis mencionado anteriormente.

La plataforma de **Twitch** basa su funcionamiento en la emisión de vídeos de larga duración en directo. La presencia de dichos vídeos en la plataforma es, por tanto, efímera; no obstante, muchos *influencers* graban los directos y deciden subirlos posteriormente a su perfil de YouTube. Por ello, para analizar los vídeos de Twitch se decide usar los vídeos de Twitch que fueron subidos con posterioridad a su emisión a la plataforma de YouTube. Para localizarlos, a los criterios de búsqueda mencionados anteriormente en YouTube se le añade la palabra “Twitch”; por ejemplo, “Ibai + porno + Twitch”, seleccionando un vídeo de YouTube que sea una grabación de un directo de Twitch y que contenga contenido relevante para el estudio. Finalmente, en la plataforma de **Instagram** el procedimiento de búsqueda consistió en entrar dentro de los perfiles de las *influencers* destacadas y en cada uno de ellos escoger diversas publicaciones de fotos junto con los comentarios de las mismas que parecían relevantes para nuestro análisis. Se seleccionan aquellas en las que las *influencers* estén reproduciendo poses sexualizadas, en *bikini* o ropa interior, etc.

### 2.2.3 MAPEO DE LAS *PASARELAS* DE ACCESO A CONTENIDO PORNOGRÁFICO DESDE LAS REDES SOCIALES

La idea inicial de esta investigación era analizar las conexiones entre las diferentes redes sociales a las que acceden los chicos y chicas y la pornografía que consumen, realizando un análisis de contenido de esta. No obstante, ante la gran cantidad de material obtenido, la diversidad de las formas de acceso detectadas y los límites de extensión de este trabajo, finalmente se opta únicamente por mapear las vías de interconexión (que hemos denominado *pasarelas*) entre redes y contenido pornográfico, poniendo en evidencia la tipología de información o imágenes a la que los y las jóvenes pueden acceder a través de las plataformas digitales en relación con la sexualidad y el porno sin entrar en su análisis de contenido.

---

<sup>2</sup> Término utilizado en internet para sustituir a la palabra *porno*.

<sup>3</sup> Atractivo/a o excitado/a sexualmente, equivale a caliente o cachondo/a (WordReference).

El análisis de contenido (**tablas 2 y 3**) de los diferentes *influencers* estudiados (AuronPlay, Ibai, Charli D’Amelio, Monismurf, Marta Díaz y Ángela Mármol) pone en evidencia la existencia de espacios en las diferentes redes sociales en los que la sexualidad y el porno se tratan como tema central; ya sea a través de la mención del nombre de estos espacios, la expresión de la opinión que los *influencers* tienen de ellos; o la participación en entrevistas en estos espacios. De esta forma, los perfiles de los diferentes *influencers* en las redes sociales estudiadas (YouTube, TikTok, Twitch e Instagram) podrían funcionar como vínculo de acceso entre los consumidores de contenido —en este caso alumnado de Educación Primaria— y las plataformas o espacios virtuales de contenido sexual. De los diferentes mecanismos de conexión que se han detectado en este estudio nos centraremos en **4 pasarelas** o espacios distintos que varían en forma y funcionamiento en función de la red social analizada en los que se exponen contenidos sexuales, en ocasiones relacionados con el mundo del porno: el canal de YouTube Mostopapi, la plataforma OnlyFans, la sección de la red social Twitch *Pools, Hot Tubs and Beaches* —Piscinas, *Jacuzzis* o Playas— y los comentarios de perfiles que llevan a páginas de contenido sexual explícito en cuentas con un alto número de seguidores en la red Instagram.

Tres de estos cuatro espacios fueron mencionados en los vídeos, fotos o publicaciones que se estudiaron en el análisis de contenido (**tablas 2 y 3**) por algunos de los *influencers* estudiados. Se expone a continuación las diferentes *pasarelas* de contenido sexual detectadas, así como los *influencers* y vídeos en los que fueron mencionados clasificadas según la red social.

- **En YouTube:** se detecta el canal de YouTube Mostopapi a través de los *influencers* Ibai (**vídeo 7 y vídeo 8**), Marta Díaz (**vídeo 18**) y Ángela Mármol (**vídeo 22**) y la referencia a la plataforma **OnlyFans** a través del perfil de Marta Díaz (**vídeo 18**). Para poner en evidencia la tipología de contenido del canal de Mostopapi se accede a él desde la plataforma de YouTube y se toman capturas de pantalla del material e información que ofrece. Mientras que, para evidenciar si otros *influencers* publicitan la plataforma OnlyFans se realiza, en primer lugar, una búsqueda en YouTube de la palabra OnlyFans junto con el nombre de cada uno de los *influencers* de la encuesta. Ejemplo: “AuronPlay + OnlyFans”. Obteniendo resultados en los que los *influencers* aparecen hablando de Onlyfans en todos los perfiles a excepción de Charli D’Amelio. En segundo lugar, se recopila información de esta aplicación mediante una breve revisión bibliográfica.

- **En TikTok:** no se detectan a primera vista pasarelas concretas a través de los *influencers* del estudio.
- **En Twitch:** se descubre la sección de *Pools, Hot Tubs and Beaches* a través del *influencer* AuronPlay (vídeo 4). Para identificar el tipo de contenido que esta sección de la propia red social transmite, se accede a ella desde la plataforma de Twitch y se toman capturas de los vídeos que están en ese momento en directo. Haciendo primeramente una captura general de todos, seguida de capturas individuales de los directos de contenido sexual que más espectadores tienen en el momento en el que se realiza la búsqueda.
- **En Instagram:** no se detectan a primera vista pasarelas concretas a través de los *influencers* del estudio.

Al no detectar vías de acceso directas en las redes sociales de TikTok e Instagram a través del material analizado en las **tablas 2 y 3** de este trabajo se opta por realizar una búsqueda alternativa en la que se aplican patrones diferentes. Por un lado, en la red social de TikTok se crea una cuenta mediante el registro de un email, simulando ser una chica de 13 años (edad mínima requerida por la plataforma para acceder a ella) y a través de ella se siguen a las cuentas de los *influencers* preferidos por el alumnado en la encuesta —AuronPlay, Ibai, Charli D’Amelio, Monismurf, Marta Díaz y Ángela Mármol—. Posteriormente se observa y hacen capturas de pantalla de aquellos *tiktoks* que la plataforma recomienda a la supuesta consumidora de 13 años relacionados con la sexualidad o el porno. Detectando, minutos después de registrarse en la plataforma, contenido de temáticas como: *apps* de citas, sexo oral, métodos anticonceptivos o *tiktoks* que hablan sobre prostitutas. El correo utilizado es [carlotina.123.fdez@gmail.com](mailto:carlotina.123.fdez@gmail.com) y el nombre en TikTok es [carlotina.123.fdez](#). A pesar de detectar información relacionada con información sexual, no se detecta una *pasarela* clara entre esta aplicación y el contenido pornográfico.

Por otro lado, en la plataforma de Instagram se opta por revisar los comentarios de las últimas publicaciones de los *influencers* de la encuesta —AuronPlay, Ibai, Charli D’Amelio, Monismurf, Marta Díaz y Ángela Mármol—. Detectando así, la presencia de cuentas de Instagram con fotos de perfil de mujeres semidesnudas que representan poses sexualizadas y que comentan en las publicaciones de los perfiles de Ibai y Charli D’Amelio. Haciendo *click* encima de estos comentarios la plataforma de Instagram permite acceder a los perfiles de Instagram de estas cuentas, las cuales contienen más fotos de la misma mujer en poses sexualizadas y en cuyo perfil se encuentra un *link* que

redirecciona al consumidor a páginas de OnlyFans o similares, los cuales dicen ofrecer fotos de desnudos completos.



### 3. INVESTIGACIÓN

#### 3.1 DESARROLLO Y RESULTADOS

En este apartado se describen y analizan los resultados obtenidos a través del trabajo de investigación y de campo. En primer lugar, se muestran y comentan los datos extraídos de la encuesta proporcionada al alumnado de Educación Primaria con el objetivo de responder a las preguntas de investigación planteadas con anterioridad. De este modo, se pretende conocer cuáles son las redes sociales más populares entre el alumnado para saber cómo y a qué tipo de contenido y perfiles acceden los y las jóvenes.

##### 3.1.1 PREFERENCIA DE CONSUMO DE LAS REDES SOCIALES

A continuación, se exponen tres tablas diferentes sobre el grado de preferencia de cuatro de las redes sociales más utilizadas hoy en día por la juventud: YouTube, TikTok, Twitch e Instagram. La primera tabla expresa los resultados obtenidos sobre el grupo total de encuestados sin separación por género; mientras que en las otras dos los datos aparecen desglosados, primero se exponen las respuestas de las niñas y posteriormente la de los niños.

Grado de preferencia de las redes sociales	Alumnado que utiliza la red social		Alumnado que no utiliza la red social		Alumnado que no sabe o no responde		Alumnado total encuestado
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia
<b>YouTube</b>	<b>158</b>	<b>99,37%</b>	1	0,63%	0	0,00%	159
<b>TikTok</b>	<b>103</b>	<b>64,78%</b>	55	34,60%	1	0,62%	159
Twitch	79	49,69%	75	47,17%	5	3,14%	159
Instagram	57	35,85%	99	62,26%	3	1,89%	159

**Tabla 4.** Grado de preferencia de las redes sociales del total del alumnado encuestado

Según esta primera clasificación de los resultados las redes sociales más populares entre el alumnado serían YouTube y TikTok. La primera gana con una clara diferencia ya que el 99,37% de los encuestados afirman usarla. La red social Twitch estaría en un tercer lugar e Instagram en el último. Sin embargo, las preferencias entre el alumnado cambian si analizamos los datos desde una perspectiva de género.

Grado de preferencia de las redes sociales	Niñas que utilizan la red social		Niñas que no utilizan la red social		Niñas que no saben o no responden		Niñas totales encuestadas
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia
<b>YouTube</b>	<b>80</b>	<b>100,00%</b>	0	0,00%	0	0,00%	80
<b>TikTok</b>	<b>62</b>	<b>77,50%</b>	18	22,50%	0	0,00%	80
Instagram	31	38,75%	48	60,00%	1	1,25%	80
Twitch	26	32,50%	51	63,75%	3	3,75%	80

**Tabla 5.** Grado de preferencia de las redes sociales en las niñas encuestadas

Grado de preferencia de las redes sociales	Niños que utilizan la red social		Niños que no utilizan la red social		Niños que no saben o no responden		Niños totales encuestados
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	
<b>YouTube</b>	<b>78</b>	<b>98,73%</b>	1	1,37%	0	0,00%	79
<b>Twitch</b>	<b>53</b>	<b>67,08%</b>	24	30,38%	2	2,53%	79
TikTok	41	51,90%	37	46,84%	1	1,27%	79
Instagram	26	32,91%	51	64,56%	2	2,53%	79

**Tabla 6.** Grado de preferencia de las redes sociales en los niños encuestados

Vemos que, aunque YouTube es la plataforma preferida, el segundo puesto varía. Un 77,50% de las niñas afirman usar TikTok, convirtiéndose de este modo en la segunda red social preferida para ellas. Aunque un 51,90% de los varones usen TikTok, para ellos es Twitch la que está en un segundo puesto, siendo un 67,08% de los niños encuestados los que dicen usar esta plataforma. Es aquí donde encontramos una diferencia más notoria, ya que para ellas esta plataforma se sitúa en última posición, el 32,50% de ellas la han usado. Instagram se encuentra en el último puesto para ellos y el penúltimo para ellas, con unos porcentajes de consumo del 32,91% y 38,75% respectivamente. Vemos que esta red social es, en términos generales, la menos popular entre el alumnado encuestado.

### 3.1.2 FORMAS DE BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN EN LAS DIFERENTES REDES SOCIALES

En esta sección se muestran los datos obtenidos en relación con la forma en la que los y las estudiantes utilizan las diferentes redes sociales y buscan información en ellas. Cada red social tiene estructuras y formas de uso diferentes. Los datos se recogen teniendo en cuenta los apartados de los que dispone cada red social para interactuar y buscar información en ellas. Se acompaña cada apartado de una breve descripción de la red social junto con las descripciones que el alumnado ha realizado de las mismas para facilitar la interpretación de la información.

#### **YouTube**

YouTube es una plataforma para subir y compartir vídeos que fue creada en el año 2005 y comprada por Google en el año 2006, siendo uno de los sitios web con más visitas del mundo. Para poder subir vídeos se necesita crear una cuenta, cosa que se puede hacer de manera gratuita. Los vídeos se pueden ver sin necesidad de ser descargados y abarcan un gran abanico de temáticas como noticias, cocina, bricolaje, moda, videojuegos, etc. Normalmente cada canal se especializa en alguna temática en concreto. Cuanto más interesantes sean los videos más visualizaciones tendrán. Esto permitirá monetizar el canal, es decir, incluir anuncios publicitarios antes o durante los vídeos; o atraer a patrocinadores que pagarán a los creadores de contenido por publicitar sus productos o

servicios mostrándolos o haciendo referencia a ellos en los vídeos. Algunos protagonistas de estos canales alcanzaron una fama muy notoria, a nivel nacional o mundial, son los famosos *youtubers* que, hoy en día, son un modelo de referencia para los más jóvenes (Economipedia 2019).

La aplicación está dividida en diferentes secciones: por un lado, tiene un *buscador* a través del cual se pueden encontrar los vídeos que estén relacionados con la temática solicitada; además, tiene una sección de vídeos recomendados en el apartado de *inicio*, en la que la plataforma sugiere al consumidor vídeos que le pueden interesar en función de su historial de búsqueda, reproducciones de vídeos y de los canales a los que está suscrito. Por otro lado, dispone de la categoría *explorar* en la que la plataforma recomienda vídeos sobre tendencias a nivel mundial o global, noticias, ciencia, etc. Por último, dispone de un apartado de *suscripciones* en el que solo aparecen los vídeos pertenecientes a los canales a los que ya se está suscrito (YouTube s.f.).

“YouTube es un espacio de interacción [sic] social por medio de los videos para aprender nuevos conocimientos o entretenerse en el día a día y por cualquier dispositivo (...)”

**Alumno encuestado n.º 30**

“Que es algo entretenido pero que tengan mucho cuidado por lo que puede aparecer.”

**Alumno encuestado n.º 94**

“Es una plataforma digital que puedes ver videos de gente que quiere compartir emociones. Para divertirse un rato.”

**Alumna encuestada n.º 138**

“Es una red social en la que la gente puede hacer vídeos exponiendo temáticas diferentes. Desde temas divulgativos hasta tonterías. Diría que es bastante útil pues es como una "segunda televisión" donde puedes ver vídeos sobre temas variados.”

**Alumno encuestado n.º 3**

Formas de búsqueda de información en YouTube	Niñas		Niños		Total (niños y niñas)	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia total	Porcentaje total
<b>Buscador</b>	45	<b>56,25%</b>	38	<b>48,10%</b>	83	<b>52,20%</b>
<b>Inicio</b>	35	<b>43,75%</b>	46	<b>58,23%</b>	81	<b>50,94%</b>
Suscripciones	19	23,75%	19	24,05%	38	23,90%
Explorar	12	15,00%	6	7,59%	18	11,32%
Alumnado encuestado	80	100%	79	100%	159	100%

**Tabla 7.** Formas de búsqueda de información en YouTube del alumnado encuestado

Los patrones de uso de esta red social no presentan grandes diferencias en función del género del alumnado. Según la información obtenida a través de la encuesta los y las jóvenes utilizan mayoritariamente el apartado de *buscador* para utilizar la red social de YouTube (52,20%), pudiendo buscar los contenidos, *youtubers* o temáticas que les interesen. En segundo lugar, usarían el apartado de *inicio* (50,94%), donde la plataforma les recomendaría vídeos de los canales a los que están suscritos o bien con la temática de los vídeos consumidos recientemente. A continuación, los y las estudiantes prefieren emplear el apartado de *suscripciones* (23,90%), donde accederían solo a los vídeos de los *youtubers* a los que ya siguen. Por último, los estudiantes utilizan el apartado de *explorar*, a través del cual la plataforma recomienda vídeos que son tendencia a nivel mundial o nacional. Se puede concluir que por lo general la juventud busca en YouTube contenido concreto que le interesa y que quiere ver, aunque también se deja llevar por las recomendaciones de la plataforma accediendo a contenido no buscado.

### **TikTok**

TikTok es una aplicación que permite crear y compartir vídeos muy cortos de 3 a 15 segundos o de 30 a 60 segundos de duración. Su origen tuvo lugar en China donde era conocida como Douyin, posteriormente se fusionó con la aplicación Musical.ly, ya conocida en Europa y Estados Unidos, y pasó a llamarse TikTok. Su fama creció exponencialmente y se convirtió en 2018 en la *app* más descargada de Estados Unidos. La mayoría de sus usuarios son jóvenes menores de 20 años que utilizan la *app* tanto para consumir como para subir vídeos. Esta plataforma se caracteriza por su fácil manejo de la edición que permite hacer *playbacks*, editar transiciones entre videos creando montajes, añadir texto y efectos, etc. Los vídeos suelen ser divertidos y van desde coreografías de baile o videos en los que los personajes simulan cantar las canciones de artistas famosos a contenido humorístico (Ros 2020).

TikTok, al igual que YouTube, dispone de distintas secciones. En primer lugar, del apartado de *inicio*, también llamado *para ti*, en el que se puede ver tanto los vídeos

más populares de la página como los de la gente a la que se sigue. También dispone de un apartado de exploración en el que se recomiendan las *tendencias* o *hashtags*<sup>4</sup> más usados en la plataforma. Por último, contiene un *buscador* en el que se pueden realizar búsquedas de contenido según la preferencia del consumidor (Cyberclick 2020).

“Es una aplicación en la que la gente sube vídeos de todo tipo, tanto educativos como de entretenimiento audiovisual.”

**Alumno encuestado n.º 46**

“Es una red social donde tú ves videos de 15 o 60 segundos donde puedes seguir a la gente y chatear con ellos.”

**Alumno encuestado n.º 27**

“Pues que es para ver a la gente bailar y te hace reír. Para aprender a bailar.”

**Alumna encuestada n.º 139**

“Sirve para subir vídeos y que gente de todo el mundo te vea.”

**Alumna encuestada n.º 109**

“Red social con contenido poco apropiado para niños en algunas ocasiones.”

**Alumno encuestado n.º 42**

“Le diría que es una red social en la cual [sic] tiene videos cortos que se pasan deslizando hacia abajo y que es entretenimiento.”

**Alumna encuestada n.º 38**

Formas de búsqueda de información en TikTok	Niñas		Niños		Total (niños y niñas)	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia total	Porcentaje total
<b>Inicio</b>	53	<b>66,25%</b>	35	<b>50,63%</b>	<b>88</b>	<b>55,35%</b>
<b>Tendencias/hashtags</b>	20	<b>25,00%</b>	14	<b>17,72%</b>	<b>34</b>	<b>21,38%</b>
Buscador	24	30,00%	6	7,59%	30	18,87%
Alumnado encuestado	80	100%	79	100%	159	100%

**Tabla 8.** Formas de búsqueda de información en TikTok del alumnado encuestado

En la plataforma de TikTok los resultados sufren variaciones en función de género, lo cual no es de extrañar debido al desigual uso que los y las alumnas hacen de la red social. La mayoría de los usuarios utilizan prioritariamente la sección de *inicio*, también llamada *para ti*, de manera que acceden al contenido de sus suscripciones y también al recomendado por la plataforma, ellas lo usan en un 66,25% y ellos en un 50,63%. En menor medida acceden al apartado de *tendencias* o *hashtags*, las niñas en un

<sup>4</sup> Anglicismo que se corresponde con el significado de etiqueta (RAE en Twitter); sirve para etiquetar el contenido de la publicación.

25% y los niños en un 17,72%, pudiendo consumir contenido que está siendo tendencia a nivel nacional o mundial que en esta plataforma se clasifica por *hashtags*. Por último, usan el apartado del *buscador*, aquí encontramos una diferencia mayor en clave de género, ya que ellas (30%) lo usan mucho más que ellos (7,59%). Se puede concluir que, a diferencia de YouTube, donde la juventud escogía en concreto lo que deseaba ver, en TikTok el consumo de contenido se hace basándose más en lo que la red social les recomienda, guiándose por las recomendaciones ellos más que ellas.

### **Twitch**

Según su propia página “Twitch es el lugar donde millones de personas se juntan a diario en directo para chatear, interactuar y crear su propio entretenimiento” (Twitch s.f.). La plataforma ofrece contenido de *streaming*<sup>5</sup> cuya temática principal son los videojuegos, aunque también abarca otros temas. La plataforma nace en 2011, aunque su auge tuvo lugar a raíz de la crisis sanitaria originada por la pandemia de la COVID-19. Empresas como Google o Amazon han intentado comprarla, aunque finalmente ha sido Ecommerce la que lo ha hecho pagando más de 970 millones de dólares. La plataforma de Twitch ofrece contenido de manera gratuita, pero también ofrece un modelo de suscripción en el que los consumidores, para evitar el contenido publicitario, pueden pagar una tasa de 5, 10 o 25 euros al mes (Marta Gascón 2021).

Respecto a los apartados de esta red social, se pueden resumir en 4: buscador, explorar, *esports*<sup>6</sup> y música. Al igual que otras plataformas el *buscador* permite a los consumidores de contenido seleccionar aquello que les interesa ver. El apartado de *explorar* muestra recomendaciones sobre los vídeos que se están emitiendo en directo cuando se entra en la plataforma, que aparecen ordenados en función del número de espectadores que estén en el directo. Las secciones de *Esports* —que son competiciones de videojuegos de gran popularidad— y Música, permiten ver vídeos en directo de esas dos categorías (M4rketiing Ecommerce 2020).

“Sirve para reírte mientras ves los videos en directo de la gente que te gustan [sic], mientras sigues un chat en directo con gente diciendo que les parece y a veces hay votaciones.”

**Alumno encuestado n.º 51**

“Esta red social sirve para hacer directos y [sic] la gente dé dinero.”

**Alumna encuestada n.º 103**

---

<sup>5</sup> Anglicismo cuyo significado es transmisión en directo o en continuo (RAE en Twitter).

<sup>6</sup> Anglicismo cuyo significado equivale a ciberdeportes o deportes electrónicos (RAE en Twitter).

“Es una red en la que tienes que tener cuidado con lo que utilizas y con lo que subes a la red.”

**Alumna encuestada n.º 108**

“Creadores de contenido hacen *directos-streams* [sic] son de videojuegos mayoritariamente.”

**Alumno encuestado n.º 29**

“Una plataforma donde puedes ver a tus *youtubers* favoritos, pero en Twitch además de poder ver a tus amigos en directo mientras [sic] tú le das tus moneditas.”

**Alumno encuestado n.º 98**

Formas de búsqueda de información en Twitch	Niñas		Niños		Total (niños y niñas)	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia total	Porcentaje total
<b>Buscador</b>	16	<b>20,00%</b>	32	<b>40,50%</b>	48	<b>30,19%</b>
<b>Explorar</b>	14	<b>17,50%</b>	23	<b>29,11%</b>	37	<b>23,27%</b>
<i>Esports</i>	5	6,25%	20	25,32%	25	15,72%
Música	10	12,50%	5	6,33%	15	9,43%
Alumnado encuestado	80	100%	79	100%	159	100%

**Tabla 9.** Formas de búsqueda de información en Twitch del alumnado encuestado

Así como TikTok era una de las redes sociales preferida por las estudiantes se recuerda que Twitch lo era para los varones, por lo que se aprecia una diferencia notoria en los resultados en función del género. La forma prioritaria de búsqueda de información en Twitch es a través de su *buscador*. Es decir, que los estudiantes seleccionan el contenido que desean visualizar, así lo hacen el 20% las chicas y el 40,50% los chicos. Sin embargo, los porcentajes de consumo del apartado *explorar* son también bastante elevados, 17,50% para ellas y 29,11% para ellos; por lo que también acceden en gran medida al contenido que les recomienda la plataforma. Un 25,32% de los chicos y un 6,35% de las chicas consumen la sección de *esports*, en el que se ven torneos de distintos videojuegos que los *streamers* hacen en directo. Por último, se encuentra la categoría de *música* en la que se pueden consultar las tendencias musicales o buscar música por categorías, que es más usado por las niñas (12,50%) que por los niños (6,33%).

### **Instagram**

Instagram es una red social en la que se pueden compartir principalmente fotos y vídeos que pueden ser editados en la propia *app*, pudiendo recibir comentarios o *me gustas* de los seguidores. Fue creada en 2010 solo para dispositivos de Apple y en 2012 para Android, tras su increíble éxito Facebook decidió comprarla. Las fotos y vídeos

pueden publicarse en tres apartados diferentes: en el perfil, donde quedarán permanentes a no ser que sean borradas, estas publicaciones aparecerán al resto de los usuarios en la sección de *feed o publicaciones*; en el apartado de *stories o historias*, donde solo duran 24 horas y luego desaparecen; o en el apartado de *reels*, sección de nueva creación para subir vídeos de 15 segundos con ediciones o filtros que imita la forma de empleo de la plataforma de TikTok. Las publicaciones se pueden acompañar de *hashtags* o etiquetas para indicar la categoría a la que pertenece la publicación haciendo más fácil que otra gente la encuentre. También se pueden mandar mensajes directos. La aplicación dispone de un *buscador* en el que se puede hacer una búsqueda por nombre de perfiles, *hashtags* o audios. Debajo del buscador aparece una sección de *explorar* en la que la plataforma hace recomendaciones de contenido a los usuarios según su algoritmo de funcionamiento (Geeknetic 2020).

“Instagram es una red social del conglomerado de [sic] empresa Facebook y sirve, principalmente, para subir fotos e historias para fines comerciales o personales.”

**Alumno encuestado n.º 30**

“Sirve para subir vídeos y fotos con filtros.”

**Alumna encuestada n.º 97**

“Instagram es una *app* de fotos para *selfies*<sup>7</sup>.”

**Alumno encuestado n.º 142**

“Sirve para enviar fotos o videos que vives en el momento para que la gente lo pueda ver y decir que piensan.”

**Alumno encuestado n.º 51**

“Puedes ver muchas cosas como fotos etc... [sic] O te puedes informar de algún problema entre *influencers*.”

**Alumna encuestada n.º 110**

Formas de búsqueda de información en Instagram	Niñas		Niños		Total (niños y niñas)	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia total	Porcentaje total
Historias/ <i>stories</i>	26	32,50%	24	30,38%	50	31,45%
<i>Feed/ publicaciones</i>	14	17,50%	10	12,66%	24	15,09%
Explorar	5	6,25%	4	5,06%	9	5,66%
<i>Reels</i>	5	6,25%	4	5,06%	9	5,66%
Buscador	4	5,00%	3	3,80%	7	4,40%
Alumnado encuestado	80	100%	79	100%	159	100%

**Tabla 10.** Formas de búsqueda de información en Instagram del alumnado encuestado

<sup>7</sup> Fotografía de una o más personas tomada por una de ellas, generalmente con un teléfono inteligente y para compartirla (RAE en Twitter).



Dentro de la red social de Instagram son pocas las variaciones que existen en función del género del estudiantado por lo que se toman como referencia los porcentajes totales para el análisis. Los datos reflejan como la parte más usada por el alumnado es la de historias o *stories* en la que se muestran imágenes durante un periodo de 24 horas subidas por alguna de las cuentas a las que siguen, el 31,45% del total de encuestados la utilizan. A continuación, se encontraría el apartado de *feed* o publicaciones en la que las personas a las que siguen publican fotos o vídeos, un 15,09% del total del alumnado encuestado lo usa. Los apartados menos usados son: la sección de explorar, con un 5,66%, en la que la plataforma sugiere contenido nuevo, ya sea relacionado con los gustos del consumidor o contenido que se haya hecho viral; los *reels*, con un 5,66%, donde se ven vídeos muy cortos con efectos, filtros y ediciones de personas a las que no necesariamente se sigue; y, por último, el buscador, con un 4,40%, que sirve para localizar nuevas cuentas.

### **Reflexiones de los datos obtenidos a partir del cuestionario**

Analizando las formas de uso de las diferentes redes sociales en conjunto se pueden encontrar patrones diferentes de uso entre ellas. Aunque con menor popularidad, Instagram sería la plataforma en la que más se accedería a un contenido voluntario, ya que se usan más los apartados en los que las publicaciones corresponden a personas que los estudiantes siguen. La juventud consume YouTube y Twitch de una manera más consciente, utilizando mayoritariamente el buscador de ambas para acceder a contenido determinado que les interese, aunque accediendo también en gran parte a información que las plataformas les sugieren. Por último, TikTok sería la red social en la que se hacen menos búsquedas concretas, dejándose los alumnos y alumnas llevar más por las recomendaciones y tendencias de esta.

#### **3.1.3 PERFILES Y CONTENIDOS FAVORITOS ENTRE LOS NIÑOS Y NIÑAS**

Son muchos los nombres de perfiles y contenidos diferentes los que el alumnado ha aportado en la encuesta, encontrando gran diversidad de cuentas, *influencers* y temáticas. Entre las respuestas hay nombres que se repiten con cierta frecuencia que han quedado reflejados en las siguientes tablas, están clasificadas en función de la red social a la que pertenecen los datos.

## YouTube

Youtubers y contenidos favoritos	Niñas		Niños		Total (niños y niñas)	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia total	Porcentaje total
Ningún <i>youtuber</i> favorito	22	27,50%	5	6,33%	27	16,98%
AuronPlay	14	17,50%	14	17,72%	28	17,61%
Ibai	7	8,75%	15	18,99%	22	13,85%
TheGrefg	2	2,50%	19	24,05%	21	13,20%
La diversión de Martina (Martina d'Antochia)	7	8,75%	0	0%	7	4,40%
Videojuegos o <i>gameplays</i>	21	26,25%	47	59,49%	68	42,77%
Retos	8	10,00%	2	2,53%	10	6,29%
Música	8	10,00%	2	2,53%	10	6,29%
Alumnado encuestado	80	100%	79	100%	159	100%

**Tabla 11.** *Youtubers* y contenidos favoritos de YouTube entre el alumnado encuestado

Como se puede observar en la tabla 11, son pocos los estudiantes que no tienen ningún *youtuber* predilecto, tan solo un 16,98%, siendo mayor el número de niñas que no lo tienen. **Auronplay** ha sido el canal más elegido tanto por niños como por niñas, estando este en la primera posición de preferencia; el 17,50% de las niñas lo consumen, junto con el 17,72% de los niños. A este le sigue el canal de **Ibai**, que es más popular entre los niños que las niñas, con unos porcentajes del 18,99% y 8,75% respectivamente. Thegrefg es la cuenta que queda en tercer lugar; aunque las niñas que lo consumen son muy escasas (2,50%), un 24,05% de los varones lo visualizan. Por último, se encuentra el canal La Diversión de Martina, recientemente cambiado de nombre a Martina d'Antochia, que es consumido únicamente por el perfil femenino en un porcentaje del 8,75%.

Respecto a la temática predominante que las y los jóvenes consumen en esta red social la visualización de *gameplays*<sup>8</sup> o cosas relacionadas con los videojuegos es la predominante en ambos géneros. Un 59,49% de los niños usan YouTube con esta finalidad, frente al 26,25% de las niñas. Estas utilizan la página también para otros fines como escuchar música (10%) o ver vídeos sobre retos (10%).

<sup>8</sup> Grabaciones de los jugadores de videojuegos, o comúnmente conocidos *gamers*, jugando a u videojuego (traducción propia).

## TikTok

Tiktokers y contenidos favoritos	Niñas		Niños		Total (niños y niñas)	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia total	Porcentaje total
Ningún <i>tiktoker</i> favorito	29	36,25%	45	56,96%	74	46,54%
Charli d'amelio	16	20,00%	6	7,59%	22	13,84%
Monismurf	13	16,25%	2	2,53%	15	9,43%
Fabiomnz	3	5,08%	4	5,06%	7	4,40%
Rivers	6	7,50%	0	0,00%	6	3,77%
Ibai	0	0,00%	5	6,32%	5	3,14%
Natcher	3	5,08%	2	2,53%	5	3,14%
Bailes	34	42,50%	7	8,86%	41	25,79%
Bromas/risa/comedia	8	10,00%	7	8,86%	15	9,43%
Alumnado encuestado	80	100%	79	100%	159	100%

**Tabla 12.** *Tiktokers* y contenidos favoritos de TikTok entre el alumnado encuestado

Al observar la tabla 12 se puede apreciar una diferencia notoria en el número de estudiantes que no tienen un *tiktoker*<sup>9</sup> favorito, este porcentaje es más elevado que en la anterior red social, YouTube. Este factor puede venir derivado del hecho de que son menos los estudiantes que usan esta plataforma. Teniendo en cuenta que esta red social es menos popular entre los chicos, no es de extrañar que en este caso sean ellos en mayor cantidad los que no tengan predilección por ningún *tiktoker*. Dentro de esta plataforma **Charli D'Amelio** sería la *tiktoker* favorita por los jóvenes, siendo las niñas las que más la ven (20%), aunque también cuente con seguidores masculinos (7,59%). En segundo lugar, está la cuenta de **Monismurf**; un 16,25% de las niñas la siguen, frente a un 2,53% de los niños. En tercer lugar, se encuentra el *tiktoker* Fabiomnz, aunque su porcentaje de consumo es notoriamente inferior al de los otros, un 5,08% de las niñas y un 5,06% de los niños lo visualizan. Hay otras cuentas que también se mencionan y salen repetidas en el cuestionario, aunque su popularidad es más baja como son: Rivers, Ibai y Natcher. Respecto a las temáticas preferidas de esta red social la elegida con mayor frecuencia por el alumnado ha sido bailes, un 42,50% de las chicas y un 8,86% de los niños la escogen como uno de sus contenidos favoritos. La categoría de *bromas, risa o comedia* es otra destacada entre la juventud ocupando así el segundo puesto. Un 10% de las niñas dicen consumir vídeos de esta temática junto con el 8,86% de los niños. Cabe destacar la gran variedad de temáticas y nombres de *tiktokers* a las que los estudiantes hacen referencia.

<sup>9</sup> Nombre por el que se le llama al *influencer* de la red social de TikTok (traducción propia).

## Twitch

<i>Streamers</i> y contenidos favoritos	Niñas		Niños		Total (niños y niñas)	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia total	Porcentaje total
Ningún <i>streamer</i> favorito	52	65,00%	36	45,57%	88	55,34%
Auronplay	8	10,00%	20	25,32%	28	17,61%
Ibai	8	10,00%	20	25,32%	28	17,61%
Thegrefg	5	6,00%	15	18,99%	20	12,58%
Videojuegos/ <i>gameplays</i>	11	13,75%	23	29,12%	34	21,38%
Gente charlando	3	3,75%	3	3,75%	6	3,77%
Alumnado encuestado	80	100%	79	100%	159	100%

**Tabla 13.** *Streamers* y contenidos favoritos de Twitch entre el alumnado encuestado

En la tabla 13 se ve como, al igual que en TikTok, son muchos los encuestados que afirman no tener ningún *streamer*<sup>10</sup> favorito, sobre todo las niñas para las cuales esta red social era la menos utilizada. Analizando el *ranking de streamers* preferidos se observa que los canales son los mismos y obtienen el mismo orden que aquellos elegidos en la plataforma de YouTube: **Auronplay**, **Ibai** y Thegrefg. De nuevo son los chicos los que consumen los canales con mayor frecuencia: el 25,32% consumen Auronplay, el 25,32% a Ibai y el 18,99% a Thegrefg. A pesar de ser menos las niñas que usan la plataforma los *streamers* más populares para ellas son los mismos: el 10,00% ve a Auronplay, el 10,00% ve a Ibai y el 6,00% visualiza a Thegrefg. Como en la plataforma de YouTube el uso que las niñas (13,75%) y los niños (29,12%) le dan a Twitch es la visualización de contenido relacionado con videojuegos y *gameplays*. Ciertas niñas (3,75%) y niños (3,75%) también afirman usarla para ver a “gente charlando”.<sup>11</sup>

## Instagram

<i>Instagramers</i> y contenidos favoritos	Niñas		Niños		Total (niños y niñas)	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia total	Porcentaje total
Ningún <i>instagramer</i> favorito	60	75,00%	62	78,48%	122	76,73%
Marta Díaz	3	3,75%	2	2,53%	5	3,14%
Ángela Mármol	4	5,00%	0	0,00%	4	2,52%
Ibai	0	0,00%	3	3,80%	3	1,89%
AuronPlay	0	0,00%	2	2,53%	2	1,26%
Fotos	12	15,00%	11	13,92%	23	14,47%
Alumnado encuestado	80	100%	79	100%	159	100%

**Tabla 14.** *Instagramers* y contenidos favoritos de Instagram entre el alumnado encuestado

En la tabla 14 se encuentran los datos que se refieren a los patrones de consumo de la red social de Instagram, una de las menos usadas por el alumnado. Se observa, de

<sup>10</sup> Nombre por el que se le llama al *influencer* de la red social de Twitch (traducción propia).

<sup>11</sup> Categoría de la propia página de Twitch, llamada en inglés *Just Chatting*, en el que los *streamers* conversan como si de una tertulia se tratara sobre aspectos diversos.

esta manera, que el 75,00% de las niñas y el 78,48% de los niños no tienen ningún *instagramer*<sup>12</sup> favorito. A pesar de ser escasos los *instagramers* que han salido repetidos en la encuesta se observan algunos que, aunque con poca popularidad, han sido mencionados varias veces. **Marta Díaz** sería la primera, habiendo un 3,75% de las niñas que la ven frente a un 2,53% de niños. **Ángela Mármol** ocuparía el segundo lugar, siendo vista únicamente por chicas (5,00%). En el tercer y cuarto lugar se situarían Ibai y Auronplay, los cuales son visualizados solo por varones, aunque en un porcentaje bastante bajo 3,80% y 2,53% respectivamente. Respecto a los contenidos que se ven en la red social de Instagram el alumnado no ha concretado mucho aquellas temáticas que prefieren visualizar, siendo *fotos* las más recurrente entre sus respuestas, el 15% para ellas y el 13,92% para ellos.

### 3.2 ANÁLISIS DE CONTENIDO

A continuación, se expone la información recopilada en la búsqueda de internet de los 2 *influencers* que tienen una popularidad más alta de cada red social: AuronPlay e Ibai para YouTube y Twitch; Charli D'Amelio y Monismurf para TikTok; y Marta Díaz y Ángela Mármol para Instagram, junto con un resumen de los datos más relevantes observados en el análisis de contenido de estos. El análisis detallado de contenido con las transcripciones de los vídeos, fotos y comentarios estudiados se puede consultar el apartado de anexos de este trabajo (**Anexo IV**).

#### 3.2.1 AURONPLAY

AuronPlay, también conocido como Auron, es un *youtuber* español famoso, siendo su nombre real Raúl Álvarez Genes. A sus 32 años tiene más de 22 millones de suscriptores en YouTube y más de 2500 vídeos grabados en la plataforma (FNAC, 2020). Comenzó en el mundo de



**Imagen 1:** Foto de Auronplay

YouTube en 2008, haciéndose famoso gracias a sus video-críticas a otros *youtubers*, sobre todo a aquellos que jugaban o comentaban videojuegos en las llamadas *gameplays*. Las quejas hicieron que casi le cerraran su canal de YouTube, teniendo que disculparse de manera pública, dejando de lado parcialmente este tipo de actividad y borrando alguno de sus vídeos. Optó entonces por otro tipo de contenido de carácter humorístico como la

---

<sup>12</sup> Nombre por el que se le llama al *influencer* de la red social de Instagram (traducción propia).

recopilación de mensajes graciosos en foros, las bromas telefónicas o las críticas a programas de televisión. En ocasiones habla de videojuegos o *gaming*, especialmente de Minecraft, Fornite y Pokemon (FNAC, 2020).

AuronPlay también participa en la plataforma Twitch, llegando en 2021 a tener 9 millones de suscriptores lo que le hace estar en el *top 5* a nivel internacional, teniendo solo por delante a Ninja, Tfue, Rubius y Shroud (Tejedor, 2021). En esta plataforma Auron destaca por su uso del *Just Chatting*, en la que el *streamer* simplemente habla en su *chat*, responde preguntas, etc. Sin embargo, también es conocido por sus *gameplays* de diferentes videojuegos, siendo su predilección el Grand Theft Auto V o Minecraft. Auron a veces graba las partidas que hace en directo en Twitch y las sube a un canal secundario de YouTube posteriormente. Ha reconocido haber centrado sus esfuerzos en esta nueva red social, dejando un poco de lado su trabajo en YouTube (Tejedor, 2021).

Ha publicado tres libros: *Auronplay, el libro*, de carácter autobiográfico; *De lo peor, lo mejor: Los consejos de Auron*, en el que habla sobre los comentarios y preguntas subidos de tono que la gente le ha preguntado a través de internet; y *El juego de hater*, una novela juvenil inspirada en su trayectoria como YouTube (FNAC, 2020).

### **Resumen del análisis de contenido:**

En el **vídeo 1, *Maravillas de internet***, en el que el *youtuber* Auronplay comenta un vídeo de una pareja que está haciendo el ***tag del novio***<sup>13</sup>, se han tratado datos sexuales como: mantener relaciones sexuales en un espacio público, tocamientos sexuales en los pechos femeninos, golpear con el pene la cara de otra persona o realizar una penetración con él. A estos temas le acompañan frases del *youtuber* como que “Ramón tiene un miembro viril que te mete con él en la cara y hay que reconstruirte el rostro” o “le pones una GoPro<sup>14</sup> en su miembro y te puede hacer una endoscopia”.

En el **vídeo 2, *La juventud de hoy en día***, en el que Auron comenta un vídeo sobre una entrevista a distintos jóvenes de fiesta, se tratan temas relacionados con la sexualidad como: utilizar una pegatina de color —verde, amarilla o roja— para indicar que se quiere ligar, es decir mantener algún tipo de contacto sexual con otra persona (beso, tocamiento o sexo); el contacto físico de las nalgas femeninas con la zona donde se sitúa el pene mediante el baile, lo cual según los entrevistados genera una erección del miembro viril

---

<sup>13</sup> La categoría *tag* consiste en llevar a cabo una especie de interrogatorio para obtener información sobre un tema en concreto. En este caso, las preguntas son dirigidas al novio y son grabadas y subidas a YouTube, donde este tipo de vídeos son de gran popularidad (Autora).

<sup>14</sup> Cámara de dimensiones muy reducidas y ligera que suelen usar los deportistas para grabarse mientras practican deporte.

con afirmaciones como “que te peguen el culo y darle un puntazo” o “te pone la tía el culo en la polla y ya te empalmas”; y la afirmación de que las mujeres que hay en el programa televisivo Mujeres Hombres y Viceversa, un programa de citas, “no son más que guarras”.

En el vídeo 3, *AuronPlay Borró este video de su canal*, en el que Auron realiza un *50 cosas sobre mí*<sup>15</sup>, se tratan aspectos relacionados con la sexualidad como: el consumo de una película pornográfica; el posponer una cita con su novia por jugar a un videojuego; la utilización del vocablo *mi polla en tu boca* como forma de expresar desacuerdo; el uso de la expresión *latin lover* para definirse a sí mismo; y, por último, utilizar el juego de palabras “mi novia tuvo un retraso, no es que fuera subnormal, bueno un poco” para indicar que había tenido un retraso en su periodo menstrual y el *youtuber* pensaba que estaba embarazada. Aunque los comentarios tienen un tono *humorístico*, no podemos olvidar que muchos de los espectadores son niños de Educación Primaria que tienen acceso a este tipo de vídeos sin filtros ni controles.

En el vídeo 4, *Auron opina sobre Hot Tub en Twitch*, se habla de contenidos relacionados con la sexualidad en relación con la categoría de Twitch *hot tub*, en la que normalmente aparecen mujeres en *bikini* o ropa interior dentro de una piscina hinchable situada normalmente en habitaciones interiores. AuronPlay se queja del sistema de “baneo” de Twitch, indicando que, aunque no está en contra de esa sección de Twitch, es injusto que creen una categoría específica para este contenido mientras que luego censuran, o *banean*, las cuentas de diferentes *streamers* por aparecer en ellos “una nalga”. Se dedicará un apartado más adelante a hablar sobre esta categoría de Twitch llamada *Pools, Hot Tubs and Beaches*.

### 3.2.2 IBAI

Ibai Llanos Garatea, nacido en 1995 en Bilbao, España, es locutor de deportes, *youtuber* y *streamer* (Montoya, 2020). A sus 26 años tiene casi 7 millones de suscriptores en YouTube y 7,7 millones en Twitch. En 2014 Ibai comenzó a castear, es decir, comentar o retransmitir partidas de League o Legends junto con un amigo, luego pasó a narrar las partidas de manera



**Imagen 2:** Foto de Ibai

---

<sup>15</sup> Es otro tipo de *tag* propio de YouTube en el que las preguntas las responde el propio *youtuber* sobre sí mismo/a, normalmente las preguntas son realizadas por los seguidores/as del canal (Autora).

profesional tras pasar una audición. También ha narrado partidos oficiales de fútbol y baloncesto. Su aparición más grande de cara al público tuvo lugar durante la primera semana de la cuarentena, al organizar un torneo benéfico en colaboración con el Banco Santander y La Liga. Recaudó 180.000 euros para Unicef con este torneo, contando con estrellas de los equipos de La Liga (Queiruga, 2021).

En febrero de 2020 Ibai deja la Liga de los Videojuegos Profesionales (LVP) y ficha en el equipo G2 Sports, realizando a partir de entonces directos en Twitch casi a diario. Después de un año, y de aumentar su popularidad, Ibai anuncia que deja este equipo para trabajar de manera individual. Comenzó a publicar contenido humorístico y desde entonces ha participado en diversos platós de televisión y radio en España. En sus videos ha entrevistado a grandes personajes famosos como Piqué, Messi o la cantante Naty Peluso. Además, en 2020, Ibai llegó a tener conectadas en directo a 552.345 personas durante su *stream* de nochevieja, teniendo más espectadores que La Sexta o la Cuatro (Queiruga, 2021).

### **Resumen del análisis de contenido**

En el **vídeo 5, *Reaccionando a la Rosa de Guadalupe*** en el que Ibai y un amigo suyo, Reven, comentan una telenovela se tratan diferentes contenidos relacionados con la sexualidad como: la referencia a la excitación sexual de un personaje masculino con frases del *youtuber* tales como “¡Santiago minuto uno y estás cachondo! ¡guarro!”; la representación de un beso como precedente a una escena de sexo, comentada con expresiones de Ibai del estilo: “Pero ¿qué pasa en México, coño? ¿Qué coño es esto tío? ¿Oye tienes novio? No. Pues venga, quedamos. Ven que te como el coño” o de un acompañante de Ibai, Reven, que sale en el vídeo diciendo “¡Oye que ni han hablado!, “Hay pelis porno que van más lentas”, mencionando por tanto las actividades de sexo oral o de consumo de películas pornográficas.

Además, en el vídeo que comentan los *youtubers* se da la misma naturalización que se da en el porno (**ver página 19**) de utilizar la insistencia como forma de conseguir que un rechazo sexual acabe convirtiéndose en un “sí”. Santi, el personaje masculino, intenta quitarle la chaqueta a la chica, Susana. Ella le dice que pare, explicando que es virgen, que nunca ha tenido sexo. Santiago le sonrío maliciosamente —Ibai comenta “Bro ¿Qué coño es esto? Me da putísimo miedo”— y dice “Si te gusto deberías demostrármelo. Qué pena... tu prima está que se muere por mí... Y lo sabes. Tú dime: ¿me voy o me das esta prueba de amor que quiero de ti?”, dice Santi. “Sí, está bien. Te voy a dar esa prueba



de amor que me pides”, dice ella. Y comienzan a desnudarse. Ibai durante este tiempo no para de decir “¿Qué es esto? ¿Qué puta mierda es esta, Reven? ¿tío?”. Aunque el *youtuber*, Ibai, reacciona ante las imágenes y diálogo reprobándolo no entra a analizar la escena, la cual transmite la idea de que la coacción es una técnica válida para conseguir que un varón mantenga relaciones sexuales con una mujer.

De otra parte, en este vídeo se representa la escena de un embarazo y un aborto; ya que el chico que la ha dejado embarazada, Santi, obliga a la chica abortar. Susana decide abortar tomándose unas pastillas en su casa. Ante esta escena en la que la chica aparece simulando tener un aborto casero, los *youtubers*, Ibai y su amigo, se ríen de la situación parodiándolo y añadiendo comentarios como “yo después de hacer dos sentadillas” “yo después de comerme un *durum*”, mientras que la chica aparece retorciéndose de dolor. Aunque la posición que toman los *youtubers* ante las escenas de la telenovela es claramente en tono *humorístico*, cabe destacar el peligro que conlleva que estos temas sean visualizados por los niños y niñas de Primaria, sin filtro y sin entender los comentarios que los *influencers* hacen. Destaca la frialdad con la que se ríen y parodian la escena del aborto, sin empatizar lo más mínimo con la chica embarazada, invisibilizando la dureza de la situación tanto física como psicológica.

En el vídeo 6, **DOY 300€ AL QUE MAS ME HAGA REÍR | SI TE RÍES PIERDES 4**, Ibai comenta vídeos virales de internet. A través de un canal llamado Discord los seguidores pueden mandar vídeos de risa a Ibai, el que más le haga reír recibirá 300 euros de premio. Se tratan múltiples temas relacionados con la sexualidad como: la afirmación de que una madre trabaja de actriz porno; la afirmación ante un doctor de que un chico se masturba con regularidad ante lo cual su madre se sorprende; una escena en la que una chica con apariencia de *anime*<sup>16</sup> se levanta la camiseta para enseñar sus pechos, los cuales salen tapados con la cara de Ibai; la mención de la realización de una felación cuando dos chicas aparecen diciendo “disculpa ¿Te podemos chupar la pija?”; por último, el *clip* que Ibai selecciona como ganador del concurso representa lo que parece el principio de un vídeo pornográfico en el un mecánico está metido debajo de un coche, arreglándolo. La chica, que lleva falda, se coloca encima de él con las piernas abiertas. Cuando este sale de debajo del coche, se desliza entre sus piernas, quedando la cabeza debajo de la falda de esta. Aunque no se ven en el vídeo las partes íntimas de la chica, la grabación representa la visualización de estas por parte del

---

<sup>16</sup> Estilo de animación tradicional o digital de origen japonés (traducción propia).

mecánico. La siguiente escena, en vez de mostrar las partes íntimas de la mujer, muestran a Ibai diciendo “No me lo puedo creer, ¿Qué haces ahí? ¿Qué estás mirando? ¿Quieres hacer algo con tu vida ya? Por lo menos haz algo con tu vida, haz como que estás estudiando.”

En el **vídeo 7, HABITOS con IBAI LLANOS “HACE AÑOS que no veo PORNO”**, Ibai es entrevistado por otro *youtuber* llamado Mostopapi, el cual se dedica a hacer preguntas sobre la vida sexual de los entrevistados; entre la gente que entrevista destacan *influencers* famosos y actrices porno. Esta grabación trata expresamente sobre diferentes contenidos sexuales como: mantener relaciones sexuales con una bata puesta; hablar sobre la última vez que Ibai consumió porno, a lo cual indica que el prefiere la imaginación añadiendo que hace años que no lo ve; realizar sexo oral a una mujer con barba o sin barba; el sitio más extraño donde Ibai ha eyaculado; la preferencia de penetrar vaginalmente o analmente; la edad a la que el *youtuber* perdió la virginidad; la inclinación a preferir el término *follar* o *hacer el amor*; la frecuencia con la que Ibai se masturba; la preferencia de que le laman el ano o no; y conceptos como la heterosexualidad y homosexualidad al preguntar Ibai a Mostopapi si alguna vez ha mantenido relaciones con un hombre.

En el **vídeo 8, REACCIONANDO A \*HÁBITOS con FATI VÁZQUEZ” de MOSTOPAPI**, Ibai comenta un vídeo en el que el *youtuber* Mostopapi entrevista a otra *youtuber*, Fati Vázquez. Ibai hace esta emisión en directo en *stream* de Twitch y sube posteriormente la grabación al canal de YouTube. La grabación del vídeo que comenta aparece en grande, mientras que Ibai se graba a sí mismo y aparece en pequeño en la esquina superior derecha de la pantalla. Como se ha indicado en el análisis del vídeo anterior, Mostopapi, es un canal conocido por hacer entrevistas de índole sexual a los participantes. En esta grabación, encontramos de nuevo la sexualidad como tema central de la conversación tratándose aspectos como: lo que la entrevistada busca de alguien en la cama, a lo que ella dice que quiere que le hagan llegar al orgasmo varias veces; si a Fati le gustaría grabar un vídeo porno casero—a diferencia de a Ibai, a Fati no le ha preguntado si consume porno, sino si estaría interesada en grabar un vídeo casero—, ante esta pregunta de Mostopapi, Ibai dice “De verdad estas preguntas Mostopapi, fuera. No. Porno aquí baneado, estamos en contra”. Además, se habla de temas como: la medida del pene más pequeño que la entrevistada ha encontrado; la preferencia de tener sexo vaginal o anal; la cantidad de personas con la que ha mantenido relaciones sexuales a la vez; la edad a la que perdió la virginidad; la preferencia de que sus compañeros sexuales

eyaculen en su cara o en su boca—ante esta pregunta de Mostopapi, ella dice que en ninguno de esos sitios e Ibai añade “Perfecto, ante todo educación, en un papel, en un papel ¡bien dicho chavala! ante todo educación”—;el gusto de que le escupan—no le pregunta si a ella le gusta escupir a sus compañeros sexuales— durante la relación sexual; la preferencia de acostarse con alguien blanco o negro; la frecuencia con que se masturba; y la cantidad de fotos de penes que recibe al mes. Cabe destacar que Mostopapi le pregunta directamente “¿Chupas culos?” a lo que ella responde que no —Ibai comenta por detrás cantando la letra de una canción “Si tu novio no te mama el culo, *pa* eso que no mame. En este caso, si tu novia no te mama el culo. Fati, cancelada. Cancelada, de verdad”—. De nuevo, mientras que Mostopapi le había preguntado a Ibai si le gustaba que *le lamieran el culo*, a ella le pregunta si ella se lo hace a el varón, no le pregunta si a ella le gusta recibir esa práctica sexual. Por último, se trata el concepto de fantasía sexual, la cual Fati dice que es mantener sexo “con un negro”, proponiéndole Fati a Mostopapi —persona de tez negra—que se acueste con ella al finalizar el vídeo. Se aprecia que, en términos generales, las preguntas que el entrevistador Mostopapi le hace a Fati hablan sobre las prácticas sexuales (grabar porno, eyaculación, *lamer culos*) desde un punto de vista del placer masculino, no sobre el punto de vista del propio pacer sexual de la mujer; correspondiendo por tanto a una visión hegemónica, cosificadora y misógina del sexo.

### 3.2.3 CHARLI D’AMELIO

Nacida en 2004 en EE. UU., Charli es una joven bailarina de 17 años que cuenta con más de 100 millones de seguidores en TikTok, los cuales consiguió en solo un año, comenzando a usar esta plataforma en junio de 2019. Fue la primera adolescente en alcanzar ese nivel de suscriptores en TikTok (Famous birthdays 2021a). Su primera aparición en redes sociales fue en 2016, con 12 años y a través de Instagram. Comenzó compartiendo aspectos de su vida, amigos, hobbies y empezando a publicitar marcas de maquillaje, cuidado personal y accesorios a medida que se fue popularizando. Su cuenta de TikTok destaca por sus vídeos coreográficos y sus sincronizaciones labiales<sup>17</sup>(Montoya 2021). Protagonizó la voz del personaje Tinker en la película *StarDog*



Imagen 3: foto de Charli D’Amelio

<sup>17</sup> Término propio de la plataforma TikTok que consiste en grabarse la cara o cuerpo mientras se hace playback de una canción (Autora).

and TurboCat de 2020 (Famous birthdays 2020a). A finales de 2019, Charli y su hermana, también *tiktoker*, Dixie se unieron a The Hype House, un grupo creativo de TikTok que actualmente está grabando su propia serie de Netflix.

La joven estadounidense ha hablado a través de las redes sociales y en diversas ocasiones sobre el ciberacoso y el *bullying* que ha sufrido y como esto afecta a su vida emocional (Montoya ,2021). Ha llegado incluso a afirmar que no quería seguir subiendo contenido a la red social debido a los comentarios negativos que recibe sobre su cuerpo o sobre sus vídeos, los cuales han hecho que “pierda la pasión por lo que hace” y que hacen que sienta que todo lo que ella realiza sea criticado. La *tiktoker* de 17 años señala, además, que muchos de los comentarios no deseados que recibe son de índole sexual. Por el momento, la joven sigue subiendo vídeos a la plataforma, negocio que le ha aportado más de 8 millones de dólares a ella y su familia (Zuazo, 2021).

### **Resumen del análisis de contenido:**

Aunque no se han encontrado *tiktoks* de la *tiktoker* que contengan o traten sobre sexualidad en sí mismos, se observa como sus *fans* sexualizan su contenido a través de ediciones manipuladas que reproducen sus vídeos a cámara lenta o seleccionan escenas determinadas de la famosa. De este modo, en el **Tiktok 1, *We all agree that charli is hot right***, se muestra a cámara lenta una escena de la *influencer* bailando en una discoteca en la que está haciendo *twerk*, etiquetada con el *hashtag* *#twerk*. En el **Tiktok 2, *Charli D’Amelio***, se muestra una recopilación de fotos de la *tiktoker* en *bikini* bajo el *hashtag* de *#hot*. La menor ha declarado recibir comentarios irrespetuosos y obscenos en sus cuentas; en TikTok no se han encontrado comentarios de ese estilo, quizás debido a las restricciones de la red social o debido a la gran cantidad de comentarios que esta recibe, recordemos que tiene más de 100 millones de seguidores. Sin embargo, en la plataforma de **Instagram** es fácil encontrar mensajes de este estilo, contando también con seguidores que defienden a la joven respondiendo a los ataques.

Así, en la **publicación 1, *Charli en bikini verde***, en la que la joven aparece tomando el sol en una hamaca, son numerosos los comentarios ofensivos que recibe, la gran mayoría de índole sexual como: “Tetas perfectamente pequeñas, pero dios mío qué caderas!”, “Deberías abrir tus piernas, así veríamos la línea del medio, pero es normal para las chicas sabes, así que sacate una foto en bikini, con las piernas separadas y verenos la línea del medio [sic] pero es normal no te preocupes”, “Estoy muy contenta de que no seas una *stripper* como Addison Rae”. En la **publicación 2, *Charli en bikini azul***, la

joven sale en la playa posando en una pose forzada y sin mirar a la cámara. En esta publicación también encontramos comentarios de índole sexual como: “Me gustaría llenar tu cara con *leche*”<sup>18</sup>.

Al aplicar los criterios de búsqueda en la plataforma de YouTube en busca de más contenido relacionado con la sexualidad las grabaciones que se encuentran son del mismo estilo que las vistas en TikTok: ediciones que los seguidores realizan editando escenas de la *influencer*, sexualizándola. Se repite el vídeo de Charli haciendo *twerk* en la discoteca: **Vídeo 9, *JT Gets Charli D’Amelio to Twerk At a Club with Lil Uzi Vert and Dixie*** y las ediciones de la chica en *bikini*: **Vídeo 10, *CHARLI D’AMELIO SEXY MOMENTS 2020 (hottest bikini, twerks)*** y **Vídeo 11, *Charli D’amelio sexiest Tiktok’s***. Además, se encuentra el **vídeo 12, *Se filtra Video NOPOR De Charli Damelio***, que habla sobre la vida de la *influencer* y su subida a la fama junto con la polémica derivada de la divulgación de un vídeo que se hizo viral. En dicho vídeo una joven era grabada mientras aparentemente se masturbaba con un juguete sexual en el baño, llevando puesto solo un sujetador. Aunque no se veía claramente a la persona del vídeo, Charli fue acusada de ser esa joven y recibió numerosas críticas, comentarios y perdió seguidores a raíz de su difusión.

En relación a estas críticas que la joven recibió, se encuentra otro vídeo, el **número 13, *Charli D’Amelio CRIES After Losing 1 MILLION Followers Because of THIS*** en el que aparece la joven, de tan solo 17 años, que acaba llorando y explicando como algunos de los comentarios la incitaban a hacerse daño a sí misma con comentarios del estilo “ahórcate” u otros comentarios dolorosos que tratan de incitarla al suicidio. La joven defiende que puede que su contenido guste o no a la gente; o entiende que la puedan incluso odiar al ser un personaje público, pero defiende que eso no da derecho a la gente a opinar sobre su cuerpo o mandarles mensajes que atentan contra su salud física y psicológica. Afirma que este tipo de comentarios le quitan las ganas de seguir trabajando en las redes sociales.

El malentendido viene derivado de un vídeo grabado por la propia familia de Charli D’Amelio mientras que estaban comiendo los platos que su *chef* les había preparado. La hermana de Charlie, Dixie, encuentra un caracol en su comida y lo coge con asco. Tras preguntar que era se lo come y poco después se levanta de la mesa haciendo

---

<sup>18</sup> Con leche se refiere, probablemente, a semen (Autora).

gestos de asco y acaba vomitando en la terraza. Más adelante Charli habla de los seguidores que ha conseguido con su amigo James:

“—Imagínate que hubiera llegado a los 100 millones después de un año...

—¿Los 95 millones no eran suficientes?

—Solo estaba hablando de números pares... —entre risas.”

Las críticas llegaron tras la visualización del vídeo, acusando a Dixie de irrespetuosa y desagradecida con su *chef*, a la par que inmadura por su forma de reaccionar y actuar; junto a ello, aparecieron las críticas a Charli por haber menospreciado a sus fans, perdiendo después alrededor de un millón de seguidores.

### 3.2.4 MONISMURF

Mónica Morán Fernández, también conocida como Monismurf, es una *tiktoker* famosa española nacida en el año 2000. A sus 21 años tiene más de 7 millones de seguidores en su cuenta Monismurf de TikTok, haciéndose famosa por sus transiciones y sincronizaciones de labios. Además, supera los 2,2 millones de seguidores en Instagram (Famous Birthdays 2021b). La estrella de internet tiene fans españoles y también a nivel internacional. En 2018 publicó su primer libro llamado *Diario de una Muser* al que le siguen *Detrás de todo. Lo que ningún influencer cuenta* y, en 2019, ofertó su propia agenda. En este mismo año, se unió la casa de *influencers* y estrellas de TikTok Envy House en el que colaboró con Sieteex, José Julio o Naim Darrechi<sup>19</sup>(Laletrade 2021).



**Imagen 4:** foto de Monismurf


### Resumen del análisis de contenido

En el *tiktok 3, Cásense*, en el cual Mónica es grabada en la cama a la hora de ir a dormir con su supuesta pareja, Exi, se tratan temas relacionados con la sexualidad como: la posibilidad de levantarse con una erección por la mañana y la necesidad de poner un cojín que funcione como barrera entre la zona en la que se sitúa el pene del chico y el culo de la chica al dormir estos abrazados, para que el varón no se excite. El *tiktok 4, Monismurf hot pics*, ha sido publicado por una cuenta diferente a la de la *influencer* y

---

<sup>19</sup> *Tiktoker* de 27,6 millones de seguidores y seguidoras sobre el que se reflexionará más adelante.

recopila fotos de ella en la que aparece posando en *bikini*, en la bañera cubierta de espuma o sin camiseta cubriéndose con un sombrero bajo el título de *Fotos calientes de Monismurf*.

En el vídeo 14, **LA PONGO CELOSA POR 24 HORAS**  \*me echa\* Exi, en el que como su título muestra Exi, un supuesto compañero amoroso de Mónica, le gasta una broma para ponerla celosa, simulando que habla e invita a otra chica a la casa donde se encuentran se tratan temas relacionados con la sexualidad como: la normalización de los celos como señal de que le gustas a alguien y la posibilidad de estar con dos parejas a la vez sin tener un compromiso o exclusividad con ninguna de ellas.

El vídeo 15, **A QUE [sic] SABEN MIS BESOS CHALLENGE? CON MONISMURF MARINA YERS**, el cual está subido desde la cuenta de la *youtuber* Marina Yers, consiste en adivinar el sabor del pintalabios que se ha puesto su compañera. Para ello se pintan los labios y posteriormente se dan un beso. Tras el beso, la compañera debe adivinar el sabor del pintalabios de la otra. Gana la que adivine más sabores. Quien pierde debe hacer un reto, que en este caso consiste en beberse Coca-Cola con leche.

Durante la grabación se comentan diversos contenidos en relación con la sexualidad manteniendo conversaciones como la siguiente:

—Madre mía, no sé si este vídeo va a ser *family friendly*<sup>20</sup> o no porque nos vamos a estar dando besos las dos, pero espero que YouTube no me desmonetice esta vez otro vídeo más. El de mi primera vez tía, me lo han desmonetizado, pero es que ese es muy *heavy* también la verdad (...).

—Ese le vi yo ayer. No, si yo estoy igual la perdí a los 14, me sentí super identificada, a mí también me dolió mucho, me hubiera partido en dos (...).

—Verdad tía, no es plan de asustar a las niñas tampoco, pero ... es fuerte, a no ser que estes como preparada, tengas a tu novio no sé qué... que el novio te diga —con voz burlona— *baby*, te estoy haciendo daño, no...

—Todo muy *Tres metros sobre el cielo*<sup>21</sup> (...).

De esta manera, se habla sobre la primera vez en la que se ha mantenido una relación sexual con penetración, afirmando que a ambas les dolió mucho.

---

<sup>20</sup> Adecuado para todos los miembros de la familia (Traducción propia).

<sup>21</sup> Película cuyo argumento principal es el enamoramiento entre un joven conflictivo con conducta violenta y una joven estudiosa y responsable (Autora).

### 3.2.5 MARTA DÍAZ

Nacida en el 2002, Marta es una *influencer* de 20 años que cuenta con más de 2 millones de seguidores en YouTube, 2,8 millones en Instagram y 3,5 millones en TikTok (Famous Birthdays 2021c). El contenido que publica es muy diverso incluyendo blogs de belleza, moda, estilo de vida,



**Imagen 5:** foto de Marta Díaz

viajes y modelaje. Antes de tener su propio espacio en el mundo de la red había aparecido diversas veces en los perfiles de su hermano, conocido como AlphaSniper97. Además, Marta tiene su propio libro llamado *Todo lo que nunca dije* en el que habla sobre la vida de las personas que trabajan en las redes sociales (Mejorinfluencer 2021). Tiene su propia marca de ropa For me by me, lo cual ha sido “cumplir un sueño” para ella (Rodríguez, 2020).

#### **Resumen del análisis de contenido**

Muchos de los comentarios que Marta recibe en sus publicaciones de Instagram son altamente violentos y agresivos. En la **publicación 3, *Vestido marrón***, Marta aparece en poses diferentes llevando un vestido marrón ceñido recibiendo comentarios como:

- “Marta deja de tocarte las tetas que no quiero metértela”
- “¿Marta, puedes subir una foto de tus tetas? [sic] Es que da la impresión de que te operaste xd<sup>22</sup>”,
- “Uy, Marta cuidado con esas caras que me paras la verga y no quiero metértela por tu culo”,
- “Tú te crees normal las tetas de esta *pava*? [sic]”

En la **publicación 4, *Espejo***, Marta aparece posando, mirando hacia la cámara, al lado de un espejo, recibe:

- “La cara de cerda no te la quita nadie”
- “TU PA [sic] ACTRIZ PORNO BB<sup>23</sup>”

En la **publicación 5, *Bañador***, Marta aparece posando ante la cámara con un bañador rosa mientras se peina el pelo con una mano y mira a la cámara con la boca entreabierta. A la foto le acompañan comentarios como:

---

<sup>22</sup> Emoticono que representa una risa a carcajadas (Autora).

<sup>23</sup> Siglas que significan bebé (Autora).



- “Es un gay ese. Veni [sic] conmigo que vas a gemir como una loca”
- “Por qué no te haces actriz porno? [sic] Pensalo [sic] ganas un montón de guita, cojes con los mejores y nos haces feliz a nosotros. Todos ganamos”

En la **publicación 6, Chaqueta de cuero**, Marta es fotografiada mientras cruza la calle con un vaso en la mano, gafas de sol, vestido ajustado negro y una chaqueta sobre sus hombros. Aparecen comentarios del estilo:

- “Subo fotos de los pies de marta diaz [sic] y de otras famosas seguirme si os gustan”
- “Bagame k [sic] tipazo si te cojo y te dejo doblada de las medidas kt [sic] doy”

Aunque las fotos de la *influencer* claramente adoptan poses sexualizadas, propias del modelaje, eso no justifica el tipo de comentarios que esta recibe los cuales son altamente violentos y de carácter sexual, tratando temas como: la excitación que experimentan los espectadores al ver a la *influencer* rozarse sus pechos con sus manos; la excitación que sufren los seguidores al ver las “caras de guarra” que pone Marta, haciéndoles que sientan la necesidad de penetrarla analmente; la sugerencia de que Marta se haga actriz porno; la sugerencia de que su novio no la satisface sexualmente; y la penetración.

En el **vídeo de YouTube 16, Marta Díaz dice que ha tenido más de 6 veces sex<sup>0</sup><sup>24</sup>[sic] al día**, la *youtuber* aparece junto con su expareja y su hermano jugando al juego Yo nunca. Tras la lectura de una frase la *influencer* tenía que reconocer si había hecho o no lo mencionado en ella alguna vez en su vida. De nuevo, se trata de un vídeo antiguo que un seguidor ha subido a su canal, no pertenece a su cuenta propia. Se tratan temas relacionados con la sexualidad como la práctica de sexo más de 6 veces en una noche o la excitación sexual. En el **vídeo de YouTube 17, ORGASMO DE MARTA DÍAZ**, el cual es una edición de un seguidor, no de la propia Marta; la *influencer* aparece con su hermano, también *youtuber*. Cuando esta se sienta en la silla emite un sonido de cansancio y su hermano le mira con cara de extrañado. La persona que edita el vídeo repite el sonido de Marta a cámara lenta y enfocando su cara varias veces. Junto con el título se entiende que están sexualizando el comportamiento de Marta y asociándolo a un

---

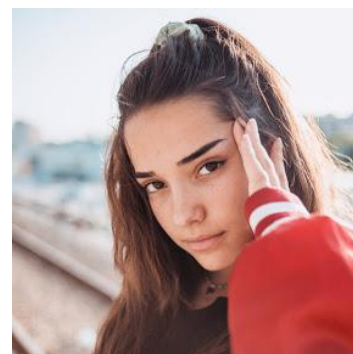
<sup>24</sup> Equivale a sexo. Se deduce que se escribe utilizando un 0 para burlar los filtros de baneo de las redes sociales, en este caso YouTube (Autora).

gemido sexual. En los comentarios se leen expresiones como “más de uno se jaló<sup>25</sup> con este sonido” o “¿soy el único al que le excita ese sonido?”. Se tratan aspectos de índole sexual como el concepto de orgasmo, que le da nombre al vídeo.

Por último, en el **vídeo 18. RESPONDIENDO A PREGUNTAS \*MUY INCÓMODAS\* - Marta**, la chica responde a las preguntas que sus seguidores le han hecho por Instagram. En esta grabación se tratan aspectos sobre la sexualidad como: la cantidad de personas con la que la *influencer* ha mantenido relaciones sexuales en una noche; si se ha sentido atraída sexualmente por un amigo; si sería entrevistada por Mostopapi, canal de YouTube de entrevistas de índole sexual; y, por último, si se abriría una cuenta de OnlyFans, plataforma que ha adquirido recientemente una alta popularidad por los perfiles de contenido para adultos de índole sexual que allí se publican a cambio de dinero.

### 3.2.6 ÁNGELA MÁRMOL

A sus 19 años, Ángela Mármol tiene más de 4,7 millones de seguidores en TikTok y más de 1,8 millones en Instagram. La joven se hizo famosa por sus videos de sincronización de labios en TikTok y posee un libro en el que trata temas relacionados con el *bullying* escolar que sufrió, llamado *Sonríe aunque te cueste*, dándole visibilidad a las víctimas de *bullying* (Famous birthdays 2021d). Estuvo saliendo con el *tiktoker* Naim Darrechi en 2019, relación que duró poco tiempo, tras dejarlo, Ángela aclaró que había sido una relación tóxica (Mejorinfluencer 2021b). Se hablará más adelante sobre este *tiktoker* por el escándalo de declaraciones machistas que se difundieron en las redes. Cabe aclarar que Ángela Mármol ha sido reconocida en la encuesta al alumnado por su popularidad en la aplicación de Instagram, a pesar de tener más seguidores en su cuenta de TikTok.



**Imagen 6:** foto de Ángela Mármol

### **Resumen del análisis de contenido:**

**En la publicación 7, *Pelo en coleta***, Ángela posa de perfil en una playa en *bikini* mientras se recoge el pelo. La mirada de la chica no se dirige hacia el objetivo de la

---

<sup>25</sup> Probablemente se refiere a masturbarse (Autora).

cámara, sino que mira hacia abajo. En la publicación se encuentran comentarios como “Esta tarde ya tengo con quien hacerme una *paja*<sup>26</sup>” o “quien no se *corre* con ella cñ<sup>27</sup> [sic]”, refiriéndose ambos comentarios a masturbarse o eyacular con la excitación de la publicación. En la **publicación 8, Barco**, Ángela aparece posando de pie y en *bikini* sobre un barco con una mano agarra una cuerda, con la otra se toca la cabeza y una de sus piernas esta flexionada y apoyada sobre la otra. Uno de los comentarios de índole sexual que destacan es “tienes un culo grande te biolaría [sic]”, esta expresión no solo juzga el aspecto físico de la influencer, sino que la amenaza, utilizando la expresión *violar*.

En la **publicación 9, Sudadera gris**, la *influencer* aparece sentada sobre una roca en la playa, lleva puesta una sudadera gris y la parte de abajo del *bikini*. Mira hacia cámara con la boca entreabierta y sujetándose con las manos las tiras de la parte de abajo del *bikini*. Uno de los comentarios sexuales destacados es “madre mía te metía la polla en tu boca hasta dentro”, haciendo referencia a que la *influencer* le practicara sexo oral. Además, son varias las expresiones de odio que la joven recibe en esta publicación ante la polémica que surgió en las redes entre Ángela Mármol y su exnovio también *tiktoker*, Naim Darrechi. Así, se encuentran expresiones como “sos [sic] una mierda, ¿ok? por tu culpa @naimdarrechi se va de España, no sabes cuanto te odio”, “Qué rápido de compusiste de una VIOLACIÓN, aaaah es que fue inventada ¿no? Ya entendí”. La menor es acusada de haber mentido y haber denunciado falsamente a su exnovio Naim por haberla violado. Los seguidores de Naim que le defendieron comenzaron a comentar las publicaciones de la joven con el *hashtag* #naimteapoyamos sumados a otro tipo de comentarios. La polémica surgió a raíz de un video en directo en el que el propio Naim acusa a Ángela y a su madre de haberle denunciado por violación a modo de venganza, siendo este hecho, a su parecer, mentira. Se puede ver la grabación y la transcripción del directo de Naim en el **video 19, Naim Darrechi Habla de la denuncia de Angela Mármol (Directo Completo)**.

Este mismo *influencer*, Naim Darrechim, destapó una gran polémica posteriormente, por sus declaraciones machistas y violentas en la entrevista con el *youtuber* Mostopapi, del que ya hemos analizado dos videos. En la entrevista Naim afirmaba decir a las chicas con las que mantenía relaciones que “era estéril”, a pesar de no tener evidencias de ello, o de eyacular dentro de las mujeres sin su consentimiento. Se pueden ver estas declaraciones en las transcripciones del **video 20, HÁBITOS con NAIM**

---

<sup>26</sup> Acto de masturbares (Autora).

<sup>27</sup> Abreviatura que seguramente se refiera a la expresión *coño* (Autora).

**DARRECHI "ME ENCANTARÍA QUE ME VEAN HACERLO" (VIDEO BORRADO COMPLETO) [RESUBIDO]**, esta grabación fue subida al canal de Mostopapi y posteriormente borrada tras el escándalo. Actualmente es otra cuenta la que la ha grabado y subido a su perfil.

En el **vídeo 21, ¿¡CUAL ES NUESTRA POSTURA FAVORITA!? PREGUNTAS ÍNTIMAS CON MI NOVIA**, el actual novio de Ángela Mármol, Widler Soldier, explica que el vídeo consistirá en responder a las preguntas más íntimas y *salseantes* que sus seguidores les han hecho a través de las redes sociales. En esta grabación se han tratado distintos aspectos relacionados con la sexualidad como el concepto de fantasía sexual, el hecho de mantener relaciones sexuales en un espacio público o el concepto de infidelidad. También conversan sobre cuál es su postura favorita a la hora de mantener relaciones sexuales, aunque no acaban respondiendo a la pregunta.

En el **vídeo 22, HÁBITOS CON WIDLER Y ANGELA MARMOL: "UN MILLON DE LIKES Y HACEMOS UN INTERCAMBIO DE PAREJAS"**, el *youtuber* Mostopapi entrevista a la pareja en su sección de "Hábitos con..." en el que las preguntas se basan en descubrir los gustos sexuales de los entrevistados. En este vídeo se han tratado diferentes aspectos relacionados con la sexualidad como: la frase que el y la *influencer* utilizan más durante el sexo; el hecho de que Widler se hiciera famoso como *youtuber* por masturbarse en un baño público; el número de veces que mantienen relaciones a la semana; la preferencia de que Widler eyacule en la cara o en la boca de la chica con la que mantiene relaciones—a lo que él indica que en la boca, añadiendo Ángela "pues no será conmigo"—; la preferencia de Widler a que su novia le lama el ano, aunque dice este que ella se niega a ello; la expresión de Ángela de que le gusta "cuando baja", defiriéndose probablemente al sexo oral. De nuevo Mostopapi realiza ciertas preguntas desde un punto de vista del placer masculino y misógino invisibilizando el placer de la mujer, evitando preguntarle a ella si le gusta que *le laman el culo*, o si a ella le gusta —o le disgusta— que le eyaculen en la cara o boca.

### 3.2.7 REFLEXIONES GENERALES DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO

Tras el análisis de contenido se puede concluir que en todos los perfiles analizados —AuronPlay, Ibai, Charli D'Amelio, Monismurf, Marta Díaz y Ángela Mármol— se pueden observar comentarios o expresiones de índole sexual. Aunque no se ha encontrado material de Charli D'Amelio hablando activamente del tema, se aprecia como son sus

seguidores los que la sexualizan a través de los comentarios que escriben o los vídeos que editan. Así mismo, uno de los escándalos que se destaparon alrededor de la *influencer* la acusaba de haber aparecido en un vídeo masturbándose, a pesar de no verse la cara de esta. Al igual que Charli, se han encontrado comentarios violentos de índole sexual hacia las *influencers* femeninas Ángela Mármol y Marta Díaz en Instagram.

De esta forma, Charli D'Amelio recibe mensajes en Instagram del tipo: “quiero azotar tus nalgas muy fuerte” o “me gustaría llenar tu cara con leche” y la critican fuertemente por haber sido grabada bailando *twerk* en una discoteca. Marta Díaz, por su parte, recibe comentarios del estilo: “Uy Marta cuidado con esas caras que me paras la verga y no quiero metertela por tu culo”, “ la cara de cerda no te la quita nadie”, o “¿Por qué no te haces actriz porno? Pensalo [sic] ganas un montón de guita, cojes con los mejores y nos haces feliz a nosotros. Todos ganamos”. Asimismo, Marta responde a las preguntas de sus seguidores indicando que no tiene pensado hacerse un OnlyFans ni acudir a una entrevista de Mostopapi. De la misma manera, Ángela Mármol recibe expresiones tales como “esta tarde ya tengo con quien hacerme una *paja*<sup>28</sup>”, “eres muy guapa tienes un culo grande te biolaría [sic]”, “Madre mía te metía la polla en tu boca hasta dentro” o “Qué rápido de compusiste de una VIOLACIÓN, aaaah es que fue inventada ¿no? Ya entendí”. Además, Ángela Mármol también sufrió el acoso y bombardeo de los cibernautas cuando su exnovio, Naim Darrechi, declaró que le había denunciado falsamente por violación. Por lo tanto, dos de las cuatro *influencers* femeninas analizadas han sido juzgadas arduamente su audiencia con relación a aspectos de índole sexual destapando amplias polémicas por ello.

Los *influencers* que más abordan la temática de la sexualidad de una manera más explícita han sido los entrevistados en el canal de Mostopapi: Ibai y Ángela Mármol, que hablan directamente sobre el tema; sin embargo, se debe resaltar que Ángela Mármol acudió a la entrevista junto con su pareja, Widler Soldier, teniendo este un papel más activo en la entrevista, mientras que ella tomo una actitud menos participativa. En general, los contenidos abordados acerca de la sexualidad en las entrevistas de Mostopapi analizadas responden a una visión masculina, hegemónica, machista y heteropatriarcal del sexo, que incide repetidas veces en la penetración tanto vaginal como anal y de la masturbación y eyaculación masculina. Ibai da visibilidad al canal de Mostopapi en dos de los vídeos analizados. En primer lugar, se publicita a través de una entrevista que

---

<sup>28</sup> Masturbación masculina (Autora).

Mostopapi hace al propio Ibai. En segundo lugar, la publicita al comentar Ibai una entrevista que Mostopapi hace a otra *influencer*, Fati Vázquez. Se puede apreciar la perspectiva machista desde la que están hechas las entrevistas contrastando el enfoque de las preguntas que Mostopapi le hace a Ibai o a Fati: mientras que a él le pregunta si consume porno, a ella le dice si se plantea grabar un “vídeo casero”; a Ibai le pregunta si le gusta que “le chupen el culo” y a ella si le gusta *chupar culos* —no le pregunta si le gusta que se lo hagan a ella—; además, a Fati le pregunta si le gusta que la escupan —no si le gusta a ella escupir a su pareja—, pregunta que Mostopapi no realiza a Ibai. Por último, Mostopapi pregunta a ambos si prefieren que el hombre acabe en la cara o en la boca —sin dar oportunidad a otra opción diferente, como la de eyacular en el preservativo— dando por hecho que es un acto sexualmente excitante para ambos. Es reseñable que en su entrevista Ibai responde a estas preguntas fomentando el consentimiento en la pareja indicando que son prácticas sobre las que se debe hablar y que dependen de los gustos de cada uno; sin embargo, cuando Fati indica en su entrevista que no le gusta *chupar culos*, Ibai comenta “Fati, cancelada. Cancelada, de verdad”.

Las entrevistas del canal Mostopapi insisten en preguntar donde prefiere el hombre eyacular, dando como única opción “en la cara o en la boca”. Mostopapi repite esta pregunta en la entrevista a Widler y Ángela Mármol en el **vídeo 22**, dirigida hacia el varón, indicando este “en la boca” ante lo que Ángela responde, “pues no será conmigo”. El entrevistador no pregunta directamente a Ángela por sus preferencias. Esta situación se repite, Mosto le pregunta a Widler si le gusta “que le chupen el culo”, no haciendo esta pregunta a la *influencer* femenina. Aunque sí se menciona la realización de sexo oral de hombre a mujer en dos ocasiones (**vídeo 7 y 22**) “me gusta cuando baja”, —dice Ángela— y de auto masturbación femenina (**vídeo 8 y 22**) en ningún momento se habla de manera explícita del clítoris, o se habla o pregunta abiertamente de qué manera llegan las mujeres al orgasmo.

Ibai, por su parte, a pesar de declarar que prefiere utilizar la imaginación a la pornografía, o decir textualmente que está en contra del porno, utiliza el humor sexista basado en el consumo de pornografía en su contenido para captar la atención de la audiencia. Así, en el vídeo 6, en el que da 300 euros a quien más le haga reír, selecciona como ganador a un corto en el que aparece una escena típica del porno en la que una mujer que lleva falda se coloca sobre la cara de un mecánico para que este visualice sus partes íntimas. En este mismo vídeo de YouTube aparecen otras escenas en relación con el porno como una chica con apariencia de *anime* que se levanta la camiseta para enseñar

sus pechos; o la mención de la realización de una felación cuando dos chicas aparecen diciendo “disculpa ¿Te podemos chupar la pija?”. Se menciona, además, la visualización de porno en otro vídeo de Ibai (**vídeo 5**), en el que un amigo suyo llamado Reven indica “¡Oye que ni han hablado!, “Hay pelis porno que van más lentas”. En este vídeo Reven e Ibai comentan una telenovela en la que un joven coacciona a una chica para mantener relaciones sexuales y posteriormente esta se queda embarazada, obligándole él a abortar tras enterarse. Reven e Ibai se limitan a sorprenderse ante los acontecimientos con expresiones como “Bro [sic] ¿Qué coño es esto? Me da putísimo miedo” o “¿Qué haces Santi, loco de mierda ¡Está enfadado! ¡Ha sido culpa tuya, guarro! Pone cara de loco eh...” sin entrar a analizar ni juzgar la situación. Ante la escena del aborto en la que la chica se retuerce de dolor, parodian la situación con comentarios como “yo después de hacer dos sentadillas”, “yo después de comerme un *durum*”, invisibilizando la dureza tanto psicológica como física de los acontecimientos y utilizando el contenido de la violencia psicológica y sexual hacia el joven expuesto en la telenovela como gancho para captar la atención de sus seguidores.

Auronplay, en cambio, utiliza expresiones como: “Ramón tiene un miembro viril que te mete con él en la cara y hay que reconstruirte el rostro” (**vídeo 1**); “mi novia tuvo un retraso, no es que fuera subnormal, bueno un poco” y la utilización del vocablo *mi polla en tu boca* como forma de expresar desacuerdo (**vídeo 3**); también se queja de que a él le baneen en Twitch por mostrar una nalga mientras que está abierta la categoría *Pools, Hot Tubs and Beaches* —en la que aparecen mayoritariamente chicas en *bikini* interactuando con los espectadores en directo— de la que afirma no tener nada en contra (**vídeo 4**). Por otro lado, la *influencer* Monismurf, habla del dolor que sufrió mediante la penetración en su primera relación sexual (**vídeo 15**) y trata el tema de la excitación sexual del varón con el que duerme (**tiktok 3**), pero en ningún momento opina sobre su propio placer sexual.

Los comentarios sexuales y violentos que reciben las *influencers*, junto con la visión del sexo que se da en los distintos perfiles estudiados y, concretamente, en el canal de Mostopapi, refuerzan la perspectiva y los valores patriarcales propios del guion pornográfico en el que el placer de los hombres se sitúa por encima del de las mujeres; estando basado el disfrute sexual de los hombres incluso en el ejercicio de violencia sexual hacia la mujer, entre la que destaca alarmantemente, y como se observa en los comentarios, la falta de consentimiento o la violación.

En cuanto a la vinculación entre los diferentes perfiles y la pornografía en sus diferentes formatos se mencionan los vídeos porno o vídeos x en los canales de Auronplay e Ibai; aunque el primero ha borrado el vídeo de su canal y el segundo afirma en la entrevista con Mostopapi que prefiere no consumir porno desde hace tiempo (**vídeo 7**), recalcando en otro vídeo que está en contra de él (**vídeo 8**). Sin embargo, se observa cómo se hacen alusiones al mundo del porno en otro de los vídeos de Ibai (**vídeo 6**). AuronPlay aparece también en otra grabación (**vídeo 4**) expresando su opinión sobre la categoría comúnmente conocida por *Hot Tub* de Twitch —alegando que no tiene nada en contra de ella—, la cual es utilizada por diversos personajes femeninos para ganar dinero mientras que hacen directos normalmente en *bikini* dentro de una piscina y en la que los internautas pueden pagar para interactuar con ellas, por ejemplo, para que escriban su nombre sobre su cuerpo o bailen; teniendo estas acciones gran semejanza con las interacciones que se podrían dar en un local de *striptease*.

Por otro lado, Marta Díaz (**vídeo 18**) habla en una grabación de la plataforma OnlyFans ante la pregunta reiterada de sus seguidores de si tenía pensado hacerse una cuenta en él, a lo que la *influencer* afirma que “no está en sus planes”; además, varios de sus seguidores han comentado en su Instagram la sugerencia de que se hiciera actriz porno. La joven también afirma en ese mismo video que no tiene pensado acceder a una entrevista en el canal de Mostopapi. De este modo se establecen diferentes *pasarelas* que relacionan los perfiles de los *influencers* con el mundo de la pornografía de manera que, aunque estos se posicionen en contra o eviten posicionarse, podrían publicitar de manera indirecta la existencia o consulta de estos espacios.

### 3.3 MAPEO DE CONTENIDO: *PASARELAS* ENTRE LA PORNOGRAFÍA Y LOS PERFILES DE *INFLUENCERS* DE LAS REDES SOCIALES

En este apartado estudiaremos como las diferentes redes sociales identificadas en la encuesta como favoritas de los chicos y chicas (YouTube, TikTok, Twitch e Instagram) permiten o fomentan de diferentes formas el consumo de pornografía en sus diferentes modalidades a través de las figuras de los y las *influencers*, detectando diferentes *pasarelas* que vinculan las cuentas de los *influencers* destacados en la encuesta con el mundo de la pornografía: el canal de YouTube Mostopapi y la plataforma OnlyFans en YouTube; la sección *Pools, Hot Tubs and Beaches* de Twitch; y los perfiles femeninos que contienen *links* a páginas de contenido sexual para adultos de Instagram. No se ha



identificado una *pasarela* clara en el caso de la red social de TikTok, pero se halla material de carácter sexual que la plataforma recomienda al consumidor/a.

## YouTube

A raíz del material analizado sobre los *influencers* más populares se descubren 2 espacios en los que se tratan contenidos de índole sexual relacionados con la pornografía: el canal de YouTube Mostopapi y la plataforma de Onlyfans. Los vídeos **número 7. Hábitos con Ibai Llanos "hace años que no veo porno"; 8. Reaccionando a \*Hábitos con Fati Vázquez" de Mostopapi** (directo Twitch subido a Youtube); **18. RESPONDIENDO A PREGUNTAS \*MUY INCÓMODAS\* - Marta;** **20. Hábitos con Naim Darrechi "me encantaría que me vean hacerlo"(Video borrado completo) (Resubido);** y **22. Hábitos con Widler y Ángela Mármol: "Un millón de likes y hacemos un intercambio de parejas"** están todos relacionados con el canal de YouTube de Mosopapi. Las transcripciones de los vídeos y las temáticas relacionadas con la sexualidad abordadas ya se han analizado y se pueden consultar en el apartado de anexos del trabajo (**Anexo IV**). A continuación se expone una captura del perfil de YouTube de Mostopapi.

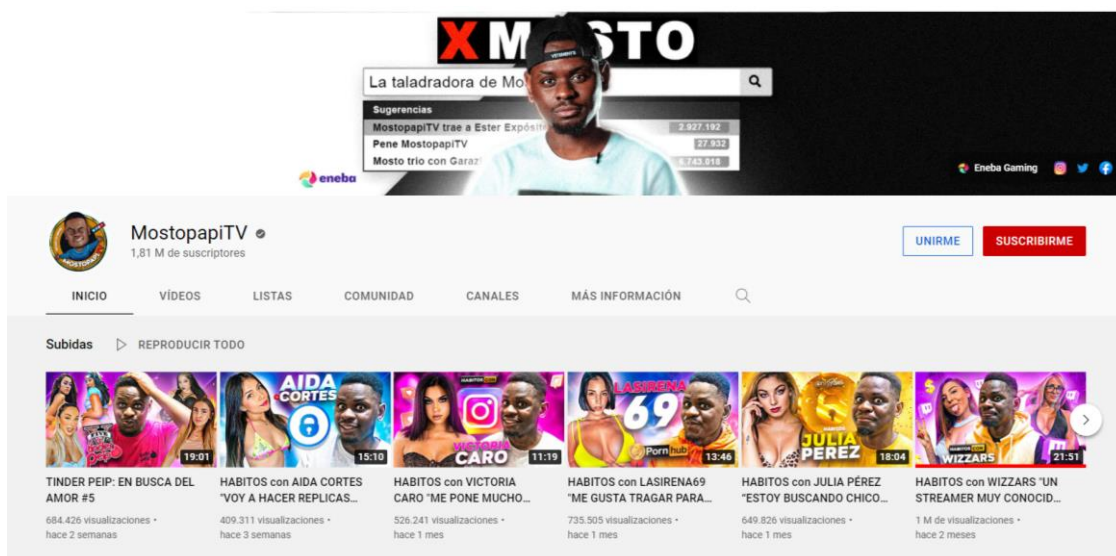


Imagen 7: Captura del perfil de YouTube de Mostopapi a 13 de diciembre de 2021

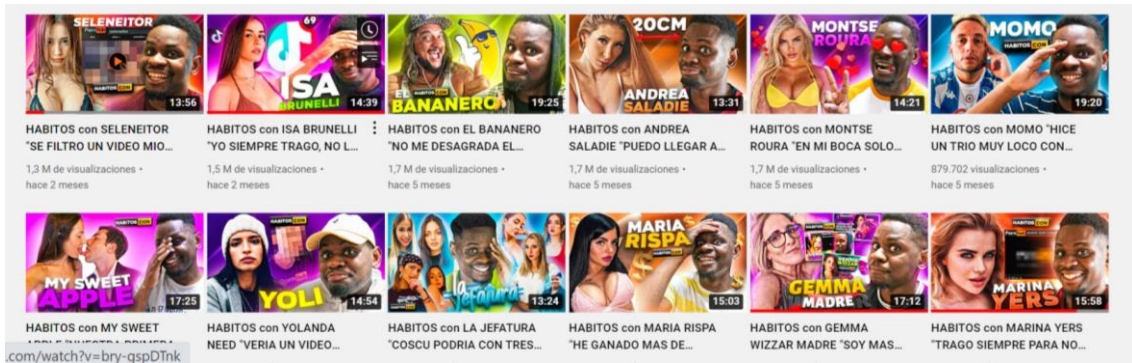


Imagen 8: Captura del perfil de YouTube de Mostopapi a 13 de diciembre de 2021



Imagen 9: Captura del perfil de YouTube de Mostopapi a 13 de diciembre de 2021

En este canal el entrevistador Mostopapi hace preguntas relacionadas con los hábitos sexuales a diferentes perfiles de gente conocida. Entre los vídeos más recientes se encuentran otros *influencers* como Victoria Caro, de TikTok; *modelos* de la plataforma OnlyFans como Aida Cortés o estrellas porno como Lasirena69 o Mysweetapple. De esta manera, se proporciona no solo información relacionada con las relaciones sexuales, sino que se publicita de una manera indirecta el consumo de pornografía en otras plataformas. Este tipo de preguntas y estilo de entrevista es constante en los vídeos llamados “Hábitos con...”, siendo semejantes a los ya analizados en el apartado anterior del trabajo y pudiéndose leer las transcripciones de alguno de ellos en el apartado de anexos (**Anexo IV**). Observando las carátulas de los vídeos más recientes se aprecia como, aunque aparecen personajes masculinos entrevistados, la mayoría de las entrevistas van dirigidas a mujeres jóvenes, mayoritariamente blancas, que aparecen posando en seductoras y sexualizadas poses tanto por sus expresiones faciales como corporales. Muchas de ellas aparecen en *bikini* o ropa interior mostrando un gran escote. Este tipo de representación sexualizada del cuerpo de la mujer no se corresponde con la representación de los

personajes masculinos entrevistados, los cuales aparecen mayoritariamente vestidos. Las mujeres quedan, por tanto, representadas como seres sexualizados destinados al consumo del público masculino.

Además, el logo que el *youtuber* Mostopapi utiliza para etiquetar su sección de “hábitos con ...” se asemeja al utilizado por la plataforma Pornhub, plataforma líder del consumo de pornografía a nivel mundial. En algunos vídeos, en los que se entrevistan a estrellas porno, el *youtuber* incluye directamente el logotipo de la página de porno. A continuación, se muestran dos imágenes para realizar el contraste.



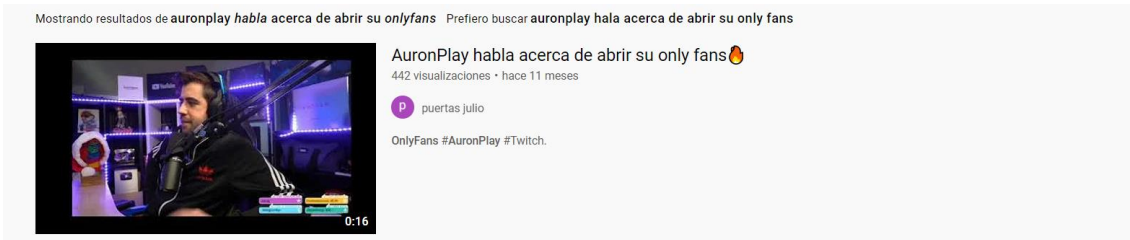
**Imagen 10:** Captura de pantalla del canal de Mostopapi a 9 de enero de 2022



**Imagen 11:** Captura de pantalla del logo de la plataforma porno Pornhub a 9 de enero de 2022

De esta forma, el canal de YouTube de Mostopapi, en el que se han entrevistado 2 de los *influencers* destacados en la encuesta —Ibai, Ángela Mármol— y el cuál ha sido mencionado en un tercero —en el canal de Marta Díaz— constituiría claramente una *pasarela* de acceso a contenido pornográfico desde la red social de YouTube.

Por otra parte, el vídeo analizado número **18**, *RESPONDIENDO A PREGUNTAS \*MUYINCÓMODAS\** - Marta menciona la plataforma OnlyFans. Buscando en YouTube los nombres de los *influencers* analizados en este estudio junto con la palabra OnlyFans, se encuentran resultados que les vinculan a todos con la plataforma, a excepción de Charli D'Amelio, de la que no se encuentra ningún resultado.



**Imagen 12:** Captura de un vídeo de YouTube de AuronPlay subido por puertas julio a 13 de diciembre de 2021: <https://www.youtube.com/watch?v=VFdr7A87iwc>



**Imagen 13:** Captura de un vídeo de YouTube de Werlyb en el que sale Ibai a 13 de diciembre de 2021: <https://www.youtube.com/watch?v=yMMWRF-fSY0>



**Imagen 14:** Captura de un vídeo de YouTube de Exi en el que sale Monismurf a 13 de diciembre de 2021: <https://www.youtube.com/watch?v=r-uSvzVM3pY&t=129s>



**Imagen 15:** Captura de un vídeo de YouTube de Marta Díaz a 13 de diciembre de 2021: <https://www.youtube.com/watch?v=ghxOdxFf99U>



**Imagen 16:** Captura de un vídeo de YouTube de Widler Soldier en el que sale Angela Mármol a 13 de diciembre de 2021: <https://www.youtube.com/watch?v=2v5TU6JU4rQ>

Aunque se decide, por cuestiones de espacio, no analizar los vídeos en profundidad es relevante mencionar el tipo de visibilidad que le dan a la plataforma. AuronPlay bromea sobre la posibilidad de abrirse un perfil: “yo cuando me abra OnlyFans

solo subiré foto codo, foto pecho . . . foto patas. Pero la cara no, la cara no porque luego se van a enterar que soy yo”. Por otro lado, Ibai sale en el vídeo del canal del *youtuber* Welyb en el que ofrecen recomendaciones a sus seguidores en una sección a la que llaman El consultorio y, aunque hay otras preguntas de otros seguidores en El consultorio, vemos como el asunto de OnlyFans da nombre al vídeo: *El consultorio con Ibai. Mi pareja paga OnlyFans ¿Qué hago? Werlyb*.

En una parte del vídeo, en el minuto 12’57”, una de las seguidoras muestra su preocupación al descubrir que su novio, que utilizaba el móvil tratando de que su novia no viera la pantalla, sigue a cuentas de chicas en Instagram que a su vez tienen *links* a cuentas del tipo OnlyFans. La inquietud de la seguidora viene, por un lado, del hecho de que compare su cuerpo con el de las chicas de dichos perfiles y por otro de no saber si el hecho de que consulte esas páginas está bien o no, diciendo esta “no quiero rayarme mucho porque tampoco quiero prohibirle . . . quiero pensar que no es nada malo”. Werlyb responde diciendo que no debe utilizar el término *prohibir*, aunque sí le recomienda hablar con él y le dice que “hoy en día el tema del porno o de fans, o cosas así, está como muy típico como para escondérselo a tu pareja . . . Al mismo tiempo, no creo que debas tener inseguridad y eso, como consejo, creo que tienes que parar y pensar ¿por qué me crea inseguridad que mi novio vea OnlyFans? Al final él está contigo porque te quiere y, si no, lo dejáis y ya está”. Ibai, en el minuto 16’30”, opina que:

“Yo el tema de OnlyFans y tal . . . no vamos a entrar a debatir que nos parece ¿no? yo me imagino que, si yo tuviera pareja, a mí sí que me gustaría bastante, que bueno, en lo que es su masturbación, o su tiempo libre, hiciese lo que quiera porque a mí el hecho, que sí que me parece tóxico y que sí que me da más miedo, es cuando una persona dice que tú eres la única chica del mundo que le gusta y que no hay otra chica como tú y tal. Ese discurso me da un poco de miedo porque creo que luego son personas un poco posesivas, porque no está hecho el ser humano para que solo le guste una persona del mundo. Tú con tu pareja tienes que ser fiel, que cuidarla, pero si no te atrae ningún ser humano en todo el planeta . . . a mí me daría miedo . . . Yo a ti te entiendo y que tu novio te genere inseguridades tiene que ser una putada, pero claro... tienes que respetar su parte de intimidad. Sí que es cierto que el OnlyFans a lo mejor es un poco *turbio*, la verdad . . . Por eso probablemente le daba vergüenza decírtelo, no *turbio*, pero sí que es cierto que, a ver, es que la palabra no es *turbio*, pero es como, un poco *pajero*. Pero bueno... es un tema complicado”.



La seguidora, que afirma ser ilustradora erótica, agradece a Ibai y Werlyb sus opiniones. Mientras que Werlyb normaliza el consumo de OnlyFans o pornografía, Ibai cuestiona su aceptabilidad; aunque al mismo tiempo fomenta el respeto de la pareja a elegir que contenido o en quién o qué pensar durante su masturbación, el cual incluye el consumo de pornografía en sus diferentes formatos como OnlyFans, sin cuestionar el tipo de imaginario o representación de la sexualidad que en estos espacios se promueve.

En el vídeo en el que aparece Mónica, *Descubro el Onlyfans de mi amiga \*Quedo en shock\* Exi*, subido a la cuenta del *youtuber* Exi, una amiga de Mónica sale preguntándole si una cuenta que ha encontrado de OnlyFans a su nombre es verdaderamente suya. Ante la pregunta “¿Cómo te ha dado por hacerte un OnlyFans?” la *youtuber* responde diciendo “porque sí, todo el mundo se lo puede hacer y ya está, por probar, hay que probar todo en esta vida”. La amiga pregunta de nuevo “¿Exi lo sabe?”, “No, no lo sabe”, responde Mónica. La amiga dice, “bueno yo creo que se lo va a tomar bien, no pasa nada, todo el mundo tiene OnlyFans”. Esta misma amiga, en cuanto Mónica no está delante afirma, “Exi se va a enfadar, porque, aunque la gente diga que no, las chicas ahí están ligeritas de ropa”. Las chicas avisan a un tercer amigo para que este se lo cuente a Exi, la supuesta pareja de Mónica. Cuando Exi recibe la noticia le dice a su amigo que puede ser una cuenta falsa, a lo que este responde que no puede ser porque OnlyFans te pide que te saques una foto de tu cara para registrarse.

Para comprobar si la cuenta es de Mónica el vídeo graba como cogen una tarjeta de crédito y se suscriben en la aplicación, pagando supuestamente 50 euros. Después de esta escena Exi le pregunta a Mónica si verdaderamente se ha hecho OnlyFans y qué tipo de contenido va a subir a la página: “pues el contenido que se sube en OnlyFans ¿te gustaría verlo?” a lo que el responde que no lo vería, que “allá ella”, pero que se lo piense bien porque “nos siguen niños y niñas, sabes, en plan, creo que está feo con un público que no es mayor de edad promocionar cosas en las que no son lícitas y que un niño no debería de ver, yo creo”. “Pero es que por eso mismo los que se meten ahí son mayores de edad porque tienen tarjeta de crédito”, responde la amiga que está presente en la conversación. “Pero se van a meter niños con la tarjeta de crédito de sus padres y eso no me parece bien” dice él. Ante esto Mónica le dice “tampoco te tiene que parecer bien ni mal, no te tengo que pedir permiso”. Posteriormente, Exi se entera de que toda la trama era una supuesta broma de Mónica y decide hacerle una “contrabroma” afirmando que él también se va a hacer una cuenta en OnlyFans. En la siguiente escena aparece sacándose

unas fotos sin camiseta. Finalmente, ambos *youtubers* se confiesan que ambos estaban bromeando.

Tras el visionado de este vídeo, desde la investigación nos preguntamos ¿Cuál es la intención de publicar dicho contenido? Vemos como la temática de abrirse una cuenta en OnlyFans es el argumento central de la grabación y aunque, supuestamente, se trate de una broma, los y las *youtubers* graban cada escena con una cámara que les enfoca en primer plano, por lo que resulta difícil creer que verdaderamente están gastando una broma, más bien están generando contenido para YouTube simulando que es una broma. Se desconoce si esta promoción de la plataforma es una colaboración pagada por la propia página de OnlyFans para dar visibilidad a la cuenta, pero la forma en la que se exponen los contenidos —explicación de qué es, registro en la plataforma, pago con tarjeta— parecen ser más bien una guía de cómo usarla y tener acceso a ella. Asimismo, la afirmación de Exi hacia Mónica de que no debería generar contenido de ese tipo —sexual—, pues muchos de sus espectadores son menores, añadiendo que podrían coger la tarjeta de sus padres para registrarse, parece, lejos de prevenir la situación, una estrategia para fomentar que esto suceda.

Por otro lado, Marta Díaz, se limita a decir, como se ha analizado en el vídeo 18 *Respondiendo a preguntas \*muy incómodas\*- Marta:*

“(9’ 10’’) Siguiendo y última pregunta *megahiperultrahecha* [sic] ¿Para cuándo un OnlyFans? Madre mía, me hace gracia porque ya lo das por hecho... Vamos a ver, no lo tengo pensado, no está en mi mente, no está en mis planes (...) no lo veo, a secas. Vuelvo a reiterar [sic], que cada uno haga lo que le dé la gana mientras que no haga daño a nadie, pero yo ya digo que no lo veo. Qué madre mía la cantidad de personas que me lo habéis preguntado, telita...”

Por último, encontramos el vídeo en el que sale Ángela Mármol, subido en el perfil de su novio, llamado *Descubro el OnlyFans de mi novia...!!! Su mayor secreto!*. En él Ángela simula, al igual que sucedió en el vídeo de Mónica, que se ha hecho un perfil en la plataforma y un amigo suyo se lo cuenta a su novio, Widler, el cual sorprendido habla con ella y se dispone a entrar en OnlyFans verbalizando cada paso necesario para buscar un perfil en la red: diciendo que es una página web, que hay que registrarse y pagar para tener acceso a los perfiles. El vídeo finaliza revelando la broma a Widler, el cual se despide añadiendo que como venganza va a hacerse un perfil de OnlyFans y subir fotos “normales” para que Ángela vea que ha subido fotos. Se aprecia como el guion y argumento de este vídeo se corresponde con el observado en el vídeo de Mónica,

*Descubro el Onlyfans de mi amiga \*Quedo en shock\* Exi*, por las mismas razones expuestas con anterioridad, se duda de la veracidad de la broma y se sospecha una publicitación oculta de la forma de uso de esta plataforma.

Reflexionando sobre todos los vídeos en conjunto se observa cómo mientras que 3 *influencers* hablan de la página en tono *humorístico* —AuronPlay, Monismurf (Mónica) y Ángela Mármol—; otros como Ibai y Marta Díaz hablan con naturalidad sobre ella. Marta lo hace respondiendo a las preguntas de sus fans y aclarando que no tiene pensado abrirse una cuenta en OnlyFans e Ibai expresando su opinión a modo de recomendación a una seguidora sobre su uso. Aunque Ibai dice poder haber algo “turbio” relacionado con la plataforma, acaba naturalizando su uso. Marta no expresa su opinión sobre la plataforma y las intervenciones de otros *influencers* parecen estar destinadas a fomentar su consumo y claramente a naturalizarlo indicando explícitamente que “todo el mundo tiene OnlyFans”. Por lo tanto, se detecta como *pasarela* en YouTube la publicitación a través de *los influencers* de la plataforma OnlyFans como otra forma de relacionar las redes sociales con el contenido pornográfico.

### **¿Qué es OnlyFans?**

La plataforma OnlyFans fue creada en 2016 por Fenix International Ltd. y comprada posteriormente por MyFreeCams. Se da a conocer como una aplicación de suscripciones de igual a igual —*peer-to-peer subscription app*— y tuvo un gran crecimiento durante la situación de la pandemia (Rouse y Salter 2021,1). En “OnlyFans suspende su decisión de prohibir el sexo explícito a partir de octubre” (*El País*, 25 de agosto de 2021) Juan Diego Godoy señala que la plataforma de OnlyFans permite que los creadores de contenido ganen dinero al pagar los suscriptores una tarifa que puede ir desde los 5 a los 50 dólares mensuales —si esta tarifa es pequeña, puede ser muy asequible para la juventud—, dependiendo el coste de la mensualidad de la tarifa que fije la persona que publica el contenido, la cual suele varían en función del tema del contenido, o lo conocida que es la persona que lo publica. Según este artículo, la empresa afirma que 2 millones de creadores de contenido han recaudado más de 5.000 millones de dólares de entre sus 130 millones de usuarios. Este espacio sufrió un gran crecimiento durante el confinamiento, en gran medida debido a la enorme cantidad de usuarios que compartieron contenido para adultos de carácter sexual en ella. Aunque tras la polémica desatada a raíz de esta información sus creadores habían declarado que censurarían el



contenido sexual de este espacio virtual, recientemente se ha suspendido la decisión de prohibir la aparición de sexo explícito en ella.

Rouse y Salter (2021) estudian como *cosplayers* —*fans* que se dedican a vestirse como personajes favoritos de series o películas y que históricamente se han caracterizado por la hipersexualización de sus representaciones, sobre todo en las figuras femeninas— han encontrado en OnlyFans un espacio virtual a través del cual pueden obtener beneficios económicos, en el que los suscriptores, lejos de pagar por sacarse fotos con ellos, pagarían por consumir contenido de carácter pornográfico. Según este mismo artículo el endurecimiento de las políticas sexuales de otras redes sociales habría conducido a trabajadores sexuales y *cosplayers* a usar la plataforma de OnlyFans. De acuerdo con Friedman los creadores de contenido más populares de OnlyFans son a menudo personajes famosos, modelos o estrellas porno que ya tienen una gran cantidad de seguidores en otras redes sociales y que utilizan estas otras plataformas para publicitar sus perfiles de OnlyFans (Friedman citada en Rouse y Salter 2021, 10).

Además, el hecho de que los beneficios económicos que los creadores de contenido reciben estén basados en las aportaciones de sus *fans* oculta una doble realidad: por un lado, permite que a los creadores ser *autónomos* y generar sus propios ingresos sin aparentemente pasar por otros intermediarios —aunque OnlyFans se lleva el 20% de los ingresos—, pero por otro lado los creadores de contenido generan una relación de codependencia con sus *fans*, ya que son juzgados por estos a la par que están sujetos a las expectativas de los seguidores. Por consiguiente, los *fans* pueden imponer sus expectativas en el material que debe ser producido por los creadores de contenido. Estas expectativas son generalmente a largo plazo insostenibles y los creadores de contenido que basan sus beneficios en el *crowdfunding* —forma de financiación basada en usar capital de numerosos individuos mediante pequeñas aportaciones— se enfrentan en el futuro a situaciones económicas problemáticas (Rouse y Salter 2021). Aunque las investigaciones sobre este fenómeno reciente son escasas, trabajos como el Chellouchi El Arsi (2021) también ponen en manifiesto los abusos que la propia plataforma ejerce sobre las trabajadoras ya que los beneficios suponen la ganancia de millones de dólares mensuales para OnlyFans siendo los costes de mantenimiento de su personal mínimos; sin que este sea considerado un trabajo desde los servicios de la seguridad social y careciendo la plataforma de controles de seguridad suficientes que protejan a los perfiles ante los fraudes, los estafadores o la difusión de sus imágenes.

Desde otra perspectiva, en “El lado más oscuro de OnlyFans (y por qué cambió tras una investigación de la BBC)” (*BBC News, 20 de agosto de 2021*) Noel Titheradge habla de la posibilidad de que OnlyFans esconda tras sus cuentas explotación y trata de personas. Entre ellos destaca, según la investigación que la BBC llevó a cabo, un vídeo de un hombre que paga a personas sin hogar para que tengan sexo delante de la cámara. Asimismo, aunque la edad para compartir este tipo de contenido son los 18 años en “OnlyFans: menores venden videos explícitos aprovechando las fallas de controles de la plataforma” (*BBC News, 28 mayo de 2021*) Noel Titheradge y Rianna Croxford defienden que, según una investigación de la BBC, la web para adultos OnlyFans carece de controles efectivos para evitar que menores de edad salgan o publiquen videos explícitos en la plataforma; encontrando diversos casos de adolescentes que han usado identificaciones falsas para crear sus cuentas. Los consejeros de Childline, un teléfono de asistencia a menores en Reino Unido, han descubierto diversos casos en los cuales menores de edad hacen referencia al uso de OnlyFans, llegando la policía a detectar el caso de una menor de 14 años que usó el pasaporte de su abuela para lograrlo.

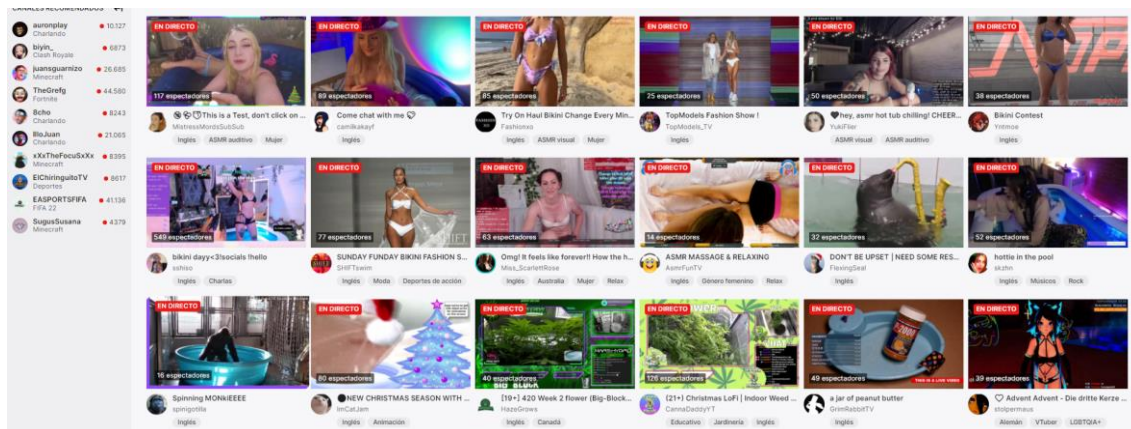
Conforme a Cellouchi El Asri (2021) OnlyFans se puede entender como un híbrido entre el trabajo sexual y el porno en el que se genera una relación entre la creadora de contenido y los suscriptores manteniendo una relación virtual íntima —como el intercambio de mensajes individualizados— que se asemeja al del noviazgo, actuando las creadoras de contenido como “novias virtuales”, presentándose ante el consumidor como un “espacio en el que poder fantasear y cumplir con relaciones de una forma rápida, casual y sin compromiso” (Cellouchi El Asri 2021, 46). La plataforma se convierte así, en una peligrosa salida para la juventud, especialmente para las chicas, como método de acceso fácil y rápido a conseguir ingresos que puede tener peligrosas consecuencias y que, como la pornografía *mainstream*, basa su funcionamiento en la hipersexualización y cosificación de las mujeres. Debemos añadir a esto, como se puede constatar en este trabajo de investigación, la publicidad encubierta que se le ha dado a este tipo de espacios virtuales como OnlyFans en los medios de comunicación y a través los y las *influencers*; siendo estos y estas un modelo de comportamiento para una parte mayoritaria de la población juvenil que, como recalca Santana Nixon (2021,18), “proyecta una imagen higienizada de la violencia machista con la falsa finalidad de la obtención rápida, fácil y segura de dinero”.

## TikTok

En la red social de TikTok no se ha detectado una *pasarela* concreta que relacione los *influencers* destacados de la encuesta con el consumo de contenido pornográfico por parte de los seguidores. Sin embargo, al realizar el mapeo de contenido y registrar una cuenta de TikTok para una supuesta adolescente de 13 y seguir a los *influencers* destacados del estudio —AuronPlay, Ibai, Charli D’Amelio, Monismurf, Marta Díaz y Ángela Mármol— se encuentra contenido de carácter sexual que la propia plataforma de TikTok recomienda a la supuesta consumidora en la sección de Inicio o *Para ti*. Este contenido, hallado minutos después del registro en la plataforma, trata temas como: *apps* de citas, sexo oral, métodos anticonceptivos, uso de juguetes sexuales o *tiktoks* que hablan sobre prostitutas. Las transcripciones de los *tiktoks* o descripciones de estos se pueden revisar en el apartado de anexos del trabajo (Anexo V).

## Twitch

A raíz del análisis del **vídeo 4. Auron opina sobre Hot Tub en Twitch**, se entra dentro de la categoría de Twitch llamada *Pools, Hot Tubs and Beaches* y este es el contenido que se visualiza:



**Imagen 17:** Captura de los directos de Twitch de la sección *Pools, Hot Tubs and Beaches* a 13 de diciembre de 2021

Menos en dos de los directos en los que hay animales, el resto de los seres humanos que aparecen son mujeres. Todas ellas salen en *bikini*, la mayoría dentro de piscinas hinchables; aunque también hay una mujer en la playa y un directo de un desfile de moda de *bikinis*. Entrando en 3 de los canales que disponen de más personas conectadas al directo se encuentran las siguientes imágenes:

La *streamer*, Camikakayf, que parece estar en un lugar interior cuya piscina ni siquiera tiene agua, conversa con la gente conectada al *chat*, respondiendo sus preguntas. En la esquina superior se pueden ver sus tarifas: hablar contigo a solas por teléfono o Discord<sup>29</sup> 20\$; bailar *twerk* 15\$; escribir tu nombre en mi culo o pecho 10\$; escribir tu nombre en el resto del cuerpo 8\$; enseñar piernas 5\$; tu ejercicio 3\$. Al igual que ella, las siguientes dos cuentas de las *streamers*, Sshiso y YukiFlier, funcionan de la misma manera:

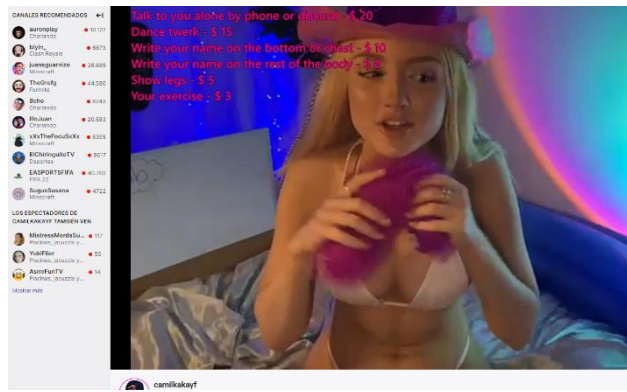


Imagen 18: Captura del directo de Twitch de YukiFlier a 13 de diciembre de 2021

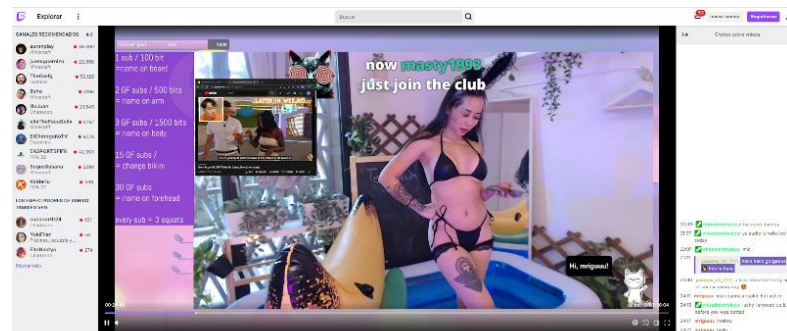


Imagen 19: Captura del directo de Twitch de Sshiso a 13 de diciembre de 2021



Imagen 20: Captura del directo de YukiFlier de Twitch de a 13 de diciembre de 2021

Estas escenas se asemejan a la interacción que una persona puede tener en un *club* de *striptease* tradicional; sin embargo, la plataforma permite que esta situación se dé desde tu propia casa, en la pantalla de tu dispositivo electrónico y, por lo tanto, sin poder

<sup>29</sup> Plataforma para intercambiar mensajes escritos, audios o vídeos (Autora).

comprobar la edad real de los consumidores. También se asemejan al tipo de funcionamiento de las *webs cams* en directo de las páginas pornográficas —como Bongacams, XHamsterlive o Cam4—, pero en una versión más *light*.

## Instagram



Imagen 21: Captura del Instagram Ibai a 13 de diciembre de 2021

Si entramos en la publicación más reciente de Ibai y leemos sus comentarios, entre ellos se pueden encontrar cuentas como la destacada en rojo. Se tratan de perfiles que se dedican a comentar en las publicaciones de *influencers* destacados para conseguir visibilidad y que la población accedan a sus cuentas. Al *clickar* en el perfil de Kelly\_masellaa1 este tipo de imágenes son las que nos encontramos.

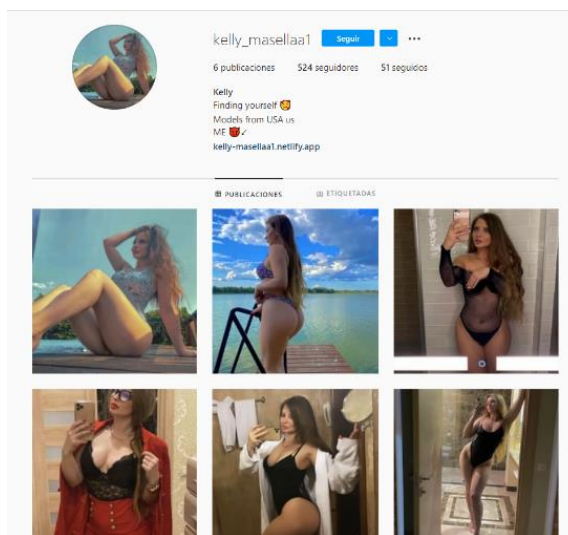


Imagen 22: Captura del Instagram de Kelly\_masella1 a 13 de diciembre de 2021

Al entrar en el *link* que se encuentra en su biografía el perfil de instaram nos lleva a esta página. Que nos pregunta “¿Tienes más de 18 años?”. Simplemente clicando en



Yes nos conduce a ester tercer espacio en el que nos muestran vídeos de mujeres completamente desnudas y representando actos sexuales.



Imagen 23: Captura del *link* del perfil de Instagram de Kelly\_masella1 a 13 de diciembre de 2021



Imagen 24: Captura del *link* del perfil de Instagram de Kelly\_masella1 a 13 de diciembre de 2021

Se da la misma situación leyendo los comentarios de una de las publicaciones de la *tiktoker* Charli D'amelio. Uno de los perfiles, aalison\_woodss\_, comenta una de sus publicaciones; accediendo a su perfil de instagram se observa un *link* que nos lleva a su página de contenido para adultos privada.

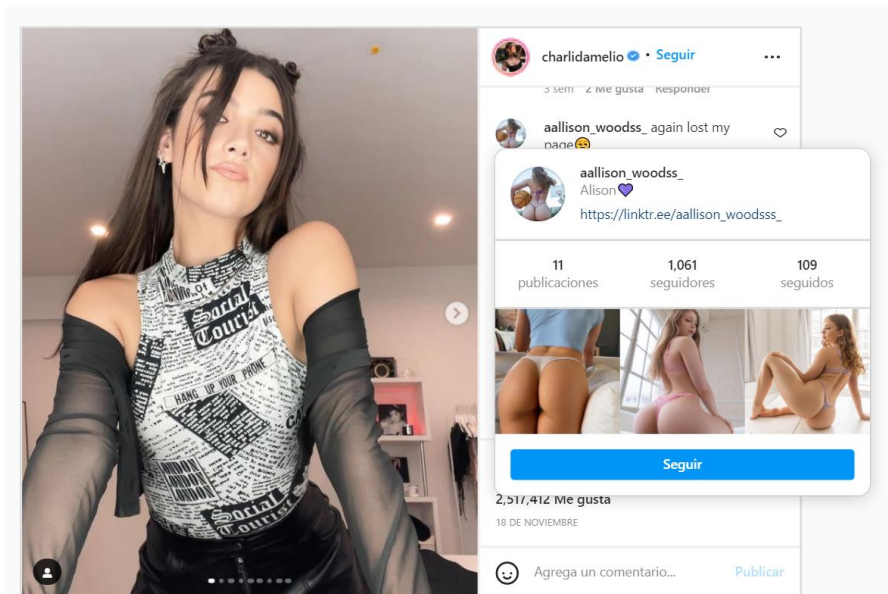
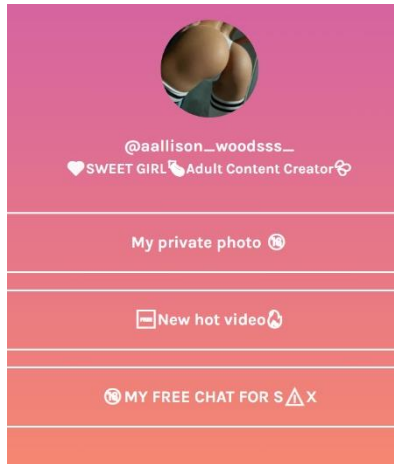
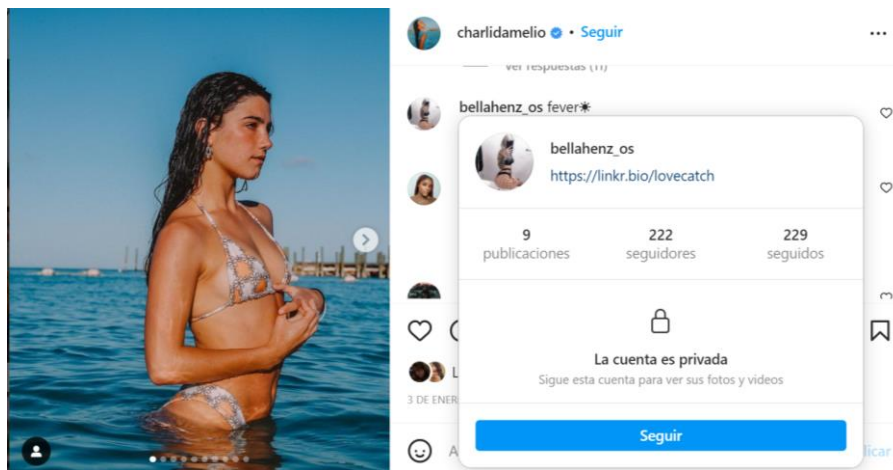


Imagen 25: Captura del instagram de Charli D'Amelio 13 de diciembre de 2021



**Imagen 26:** Captura del *link* del perfil de instagram de aalloon\_woodsss\_ a 13 de diciembre de 2021

Esta misma situación se repite varias veces en otra publicación al clicar en las cuentas de bellahenz\_os, sandra.wilson y beberlyirandi, las cuales derivan a páginas de contenido para adultos entre las que se encuentra OnlyFans. Se ilustra a continuación con diversas imágenes:



**Imagen 27:** Captura del perfil de Charli D'Amelio a 23 de enero de 2022

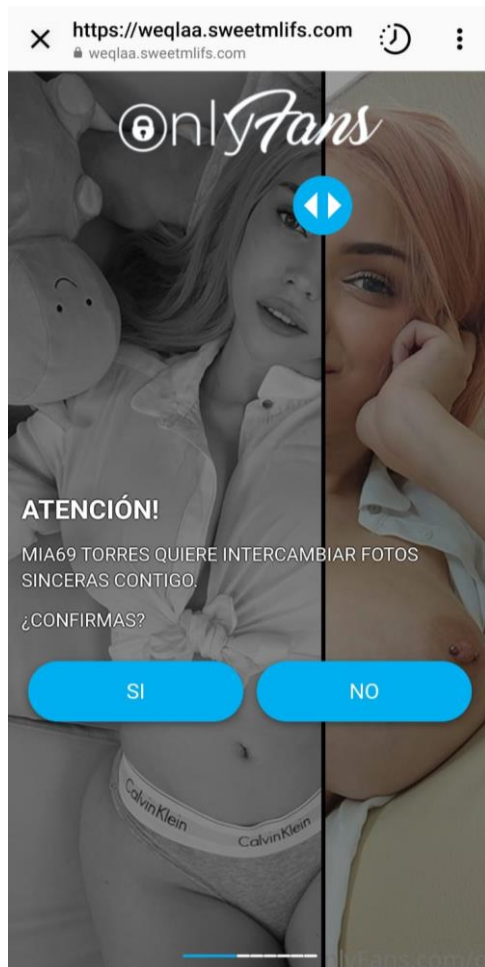


Imagen 28: captura al clicar en el link de bellahenz\_os a 23 de enero de 2022



Imagen 29: Captura del perfil de Charli D'Amelio a 23 de enero de 2022



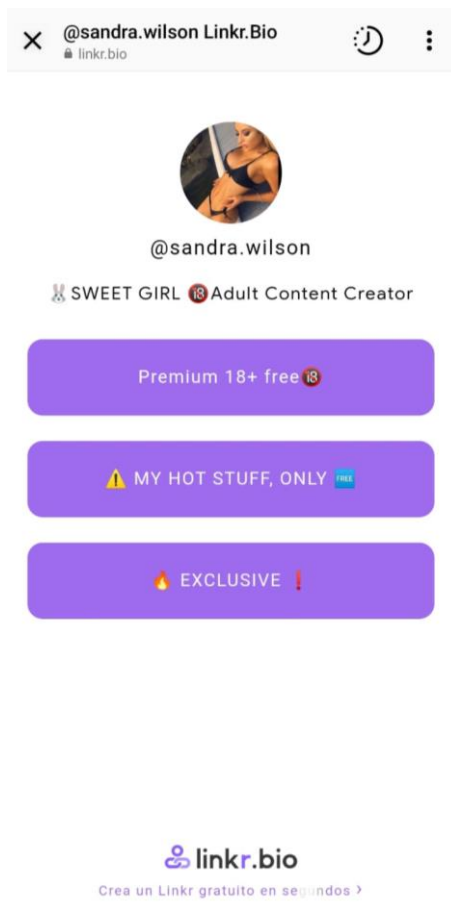


Imagen 30: captura del link de sandra.wilson a 23 de enero de 2022

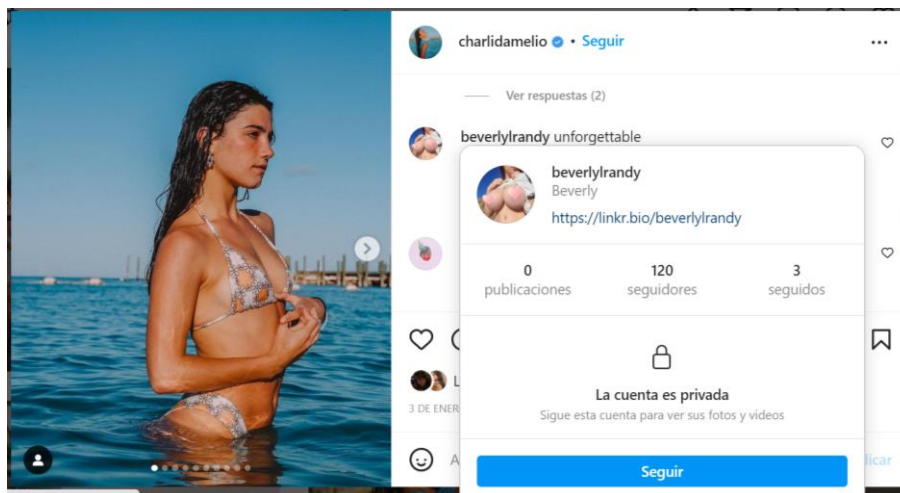
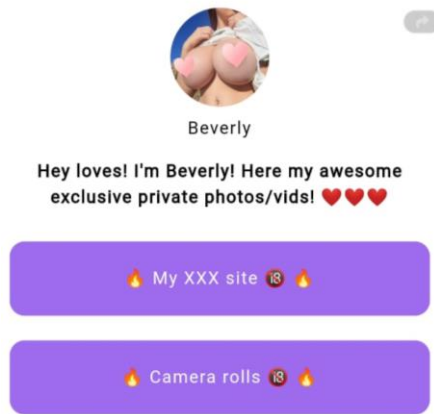


Imagen 31: Captura del perfil de Charli D'Amelio a 23 de enero de 2022

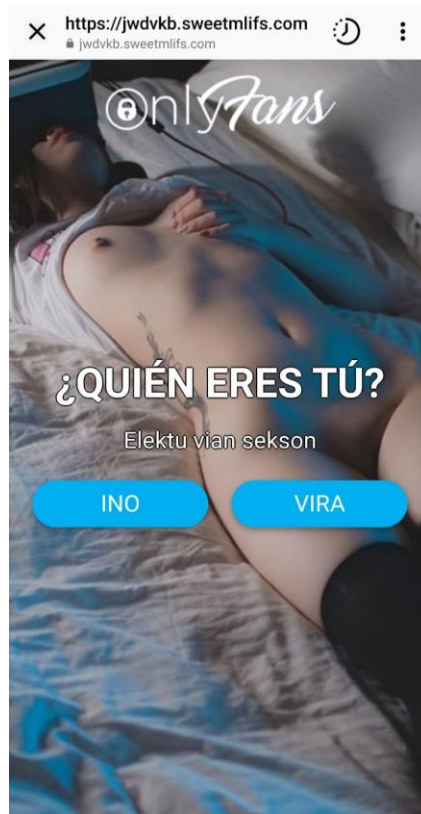


POWERED BY  
 linkr.bio

**Imagen 32:** captura del *link* de beberlyirandi a 23 de enero de 2022



**Imagen 33:** captura de la página de beverly al clicar en “my XX site” a 23 de enero de 2022



**Imagen 34:** captura de la página de Beverly al clicar en “my XX site” a 23 de enero de 2022

### **Reflexiones sobre el mapeo de contenido**

Tras explorar las *pasarelas* detectadas en el trabajo de investigación en las redes sociales estudiadas se puede confirmar que los perfiles de *influencers* populares entre el alumnado no solo hablan de sexualidad y pornografía en sus páginas sino que en ocasiones normalizan o fomentan el consumo de contenido pornográfico. En YouTube lo hacen hablando, describiendo o ironizando sobre la plataforma OnlyFans; por otro lado, publicitando el canal de YouTube Mostopapi. Este canal objetiviza y sexualiza principalmente a las mujeres entrevistadas, alguna de las cuales son actrices porno o *modelos* de OnlyFans, promocionando por tanto el consumo de esta plataforma junto con la conocida página de pornografía *mainstream* Pornhub. En TikTok, aunque no se ha detectado una *pasarela* definida, se ha identificado como se hacen recomendaciones explícitas de carácter sexual a una cuenta de una menor de 13 años que incluyen hablar de “putas”.

En Twitch es AuronPlay quien habla de la sección *de Pools, Hot Tubs and Beaches*, la cual definimos como una *pasarela* propia de la cuenta de Twitch que, bajo la

excusa de ofrecer contenido en *stream* de “Piscinas, *Jacuzzis* o Playas”, permite que los seguidores paguen a una mujer que aparece semidesnuda para que baile, se cambie de *bikini* o escriba su nombre sobre su cuerpo. Asemajándose estas acciones a las de un *club de striptease* o representando una versión *light* de las páginas de porno con *web cam* en directo. Por último, destaca en Instagram, la detección de cuentas en la sección de comentarios de los *influencers* Ibai y Charli D’Amelio de perfiles de mujeres que contienen *links* a páginas de contenido sexual o pornográfico, entre los que se incluyen OnlyFans o páginas del estilo. Este tipo de accesos se puede convertir en encontrar contenido pornográfico de forma fortuita por parte de un menor, constituyendo esto una forma de violencia online.

#### 4. CONCLUSIONES

Nuestro estudio de como niños y niñas acceden desde las redes sociales a diferentes contenidos en relación con la sexualidad y la pornografía arroja algunos resultados relevantes que deberían ser tenidos en cuenta tanto en la práctica educativa, como a la hora de abordar futuras líneas de investigación. En primer lugar, cabe destacar la pronta edad —los 12 años, pero también inferior— con la que empiezan a acceder a contenido pornográfico *mainstream* el cual, según las investigaciones, los y las menores consideran una forma oportuna para aprender sobre la sexualidad. Esta pornografía *mainstream* constituye un modelo de sexualidad a imitar basado en la violencia y en la falta de consentimiento hacia la mujer que se centra en el placer masculino, promocionando formas de sexualidad basadas en la genitalidad, la penetración, el eyaculacentrismo y el semencentrismo; quedando el placer femenino relegado a un segundo plano y fomentando, en ocasiones, un disfrute sexual masculino basado en el ejercicio de violencia o dolor hacia la mujer que erotiza la coacción e incluso las violaciones. Este fácil acceso al contenido pornográfico deriva de un incremento en el uso de internet y las nuevas tecnologías que, si bien aportan numerosas ventajas, también suponen la presencia de riesgos de alta potencia, como la exposición a las imágenes violentas en la pornografía. Como consecuencia, diversos estudios apuntan a una reproducción de las conductas violentas observadas en la pornografía en la práctica real de las relaciones sexuales, constituyendo la pornografía violenta un factor de riesgo para la juventud. Las investigaciones afirman que profesorado y familias se muestran proclives a calificar tanto la violencia como la pornografía de inadecuada, o se declaran a favor de su prohibición, alegando la necesidad de implementar programas educativos afectivo-sexuales enfocados a formar tanto al alumnado como a los docentes y familias.

A esto se le añade el hecho de que las condiciones a las que están sometidas las actrices porno en el mundo de la pornografía implican unos riesgos muy elevados para ellas —que son las menos beneficiadas económicamente de la industria del sexo a pesar de ser sus cuerpos los que se mercantilizan— como la posibilidad de sufrir enfermedades de transmisión sexual, los embarazos no deseados, el dolor físico a causa de las intensas felaciones o penetraciones anales y vaginales, así como las enfermedades y problemas psicológicos que se derivan de ello. Siendo, de este modo, los riesgos de la pornografía similares a aquellos que las mujeres sufren en la prostitución. En la misma línea, cabe reseñar la posible correlación entre el consumo de pornografía y la introducción en el

consumo de prostitución ya que el modelo de relaciones sexuales que se promociona en la pornografía *mainstream* es aquel que se puede satisfacer a través del acceso a relaciones en el ámbito de la prostitución. En consecuencia, tanto la pornografía como la prostitución son espacios que garantizan a los varones el acceso al cuerpo de las mujeres para su disfrute personal y sexual a costa de menospreciar e invisibilizar los daños que a estas puedan causarles.

Los y las adolescentes suelen encontrarse la pornografía de forma accidental en la red o, también a través de búsquedas activas de la misma para divertirse, pero también nuestro trabajo pone de manifiesto que una vía de acceso fundamental puede ser la información y la publicidad promocionada por los y las *influencers*. Nuestros datos coinciden con los procedentes de otros trabajos realizados recientemente (Pibernat-Vila 2020 y González-Ramos 2019) en mostrar como los y las *influencers* en las RR.SS. reproducen roles sexistas de género y sus comunicaciones están plagadas de alusiones directas o indirectas a la violencia contra las mujeres. Nuestro estudio aporta, con respecto a los realizados hasta ahora, un análisis de las perspectivas sobre la sexualidad y la pornografía que difunden los y las *influencers* que más frecuentan los niños y niñas de 5º y 6º grado de primaria. Nuestra investigación concluye, primeramente, que si bien todos los perfiles analizados manejan contenido en relación con la sexualidad y la pornografía —ya sea de manera directa, hablando los *influencers* explícitamente del tema, o indirecta, a través de los comentarios con connotaciones sexuales que reciben de sus seguidores en formato de texto o vídeo— son los *influencers* varones —Auronplay y, específicamente, Ibai— los que utilizan las expresiones y el humor sexista y misógino como forma de captar la atención de su audiencia. Entre estas expresiones se incluyen la alusión a la pornografía o a escenas, diálogos, comportamientos, o imaginarios propios de esta. De esta forma, se incluyen, por ejemplo, partes de vídeos porno —o vídeos que imitan al porno— en sus grabaciones y hablan sobre el consumo de diversos formatos de pornografía.

Mientras que los *influencers* masculinos AuronPlay e Ibai utilizan un humor sexista que incluye normalizar la pornografía o publicitar a otros *influencers* o espacios que cosifican y sexualizan a las mujeres como Mostopapi o la sección *Pools, Hot Tubs and Beaches*; las *influencers* femeninas —Monismurf y, específicamente, Charli D'Amelio, Marta Díaz y Ángela Mármol— son violentamente hostigadas, cosificadas y sexualizadas por sus seguidores en forma de comentarios o ediciones de vídeo que los

seguidores crean sobre ellas bajo títulos como “los momentos más *sexies* de...”, “fotos *hot* de...”. Cabe resaltar especialmente la extrema violencia de muchos de estos comentarios los cuales hacen alusión a la intención de los seguidores de masturbarse, eyacular, penetrarlas o incluso violarlas, sugiriendo en ocasiones que estas deberían hacerse actrices porno. Además, a Charli D’Amelio se la crítica fuertemente al hacerse público un vídeo en la que la *influencer* supuestamente, no se ha constatado que sea la que aparece en las imágenes, aparece masturbándose en un baño.

Aparte de la intensa violencia y cosificación apreciada en estos comentarios —los cuales se corresponden con el imaginario promovido en la pornografía— en general, el modelo de sexualidad promocionado en las expresiones que pueblan estos perfiles de los y las *influencers* se centra en la erección y excitación masculina y la eyaculación masculina sobre la cara o boca de la mujer —invisibilizando la posibilidad de transmisión de enfermedades de transmisión sexual mediante esta práctica y normalizándola como algo sexualmente atractivo para ambos sexos—. Si bien se habla sobre auto masturbación femenina y sexo oral de hombre a mujer, se hace vagamente. Fati Vázquez y Ángela Mármol afirman que se masturban, pero no especifican cómo lo hacen. Fati dice usar juguetes eróticos, pero no se detalla que tipo de juguetes —por ejemplo, si estos se basan en la penetración o en la excitación del clítoris mediante la vibración, etc.—. En referencia al sexo oral, la única anotación la hace Ángela, pero no da información exacta sobre la práctica. Mientras que las referencias más explícitas sobre los actos sexuales se hacen desde una perspectiva hegemónica y patriarcal —eyaculación, penetración, tamaño del pene, cantidad de veces que se mantiene una relación— no se habla expresamente del clítoris, ni se pregunta directamente a las mujeres de qué forma llegan al orgasmo. Por lo tanto, la información proporcionada sobre la sexualidad por los y las *influencers* contribuye a transmitir una visión sesgada de la sexualidad en la que el foco del placer está en el punto de vista masculino olvidando e ignorando, como tradicionalmente se ha hecho en la sociedad, la sexualidad y el disfrute de las mujeres.

En cuanto a la vinculación de los espacios de los *influencers* estudiados con el mundo de la pornografía se detectaron y analizaron algunas *pasarelas* que funcionan a modo de dispositivos que conectan unos y otros espacios. En YouTube destaca el canal de Mostopapi, el cual fue relacionado con 3 de los *influencers* estudiados —Ángela Mármol, Marta Díaz y, sobre todo, Ibai—. En este canal, en el que se llevan a cabo entrevistas relacionadas con el sexo y la sexualidad formuladas desde una perspectiva

misógina y patriarcal, se cosifican y sexualiza de forma reiterada a las mujeres entrevistadas, entre las que se encuentran *influencers* y actrices porno; se promociona directamente el consumo de pornografía en plataformas como Pornhub, incluyendo su logotipo en las carátulas de los vídeos; y se fomenta un modelo de sexualidad centrado mayoritariamente en la penetración y eyaculación masculina que se basa en el placer masculino y que incluye formas de dominación de hombre a mujer como escupir a la mujer o eyacularle en la cara o boca.

No menos importante y altamente alarmante es la publicidad que se da en YouTube, a través de contenidos en los que participan o promocionan los y las *influencers*, sobre la plataforma OnlyFans. A través de la *web* OnlyFans se puede acceder a fotos de contenido erótico explícito pagando una tarifa mensual que puede oscilar entre los 5 y los 50 dólares en función de lo que fije la persona que publique el contenido y los consumidores pueden interactuar con los perfiles. El mayor peligro de la plataforma es que, como en cualquier otra red social, cualquiera puede ser generador de contenido por lo que la normalización de su uso supondrá que los y las jóvenes encuentren en OnlyFans un espacio en el que obtener ingresos *fáciles* y rápidos a cambio de vender su cuerpo de manera virtual y exponer imágenes íntimas en la red. OnlyFans es mencionada explícitamente por todos los *influencers* analizados a excepción de Charli D'Amelio, naturalizando los y las *influencers* el consumo de la aplicación como espectadores, pero también normalizando la creación de cuentas para subir contenido de carácter sexual a ella.

Por un lado, Ibai normaliza su uso declarando que se debe respetar la intimidad de la pareja la cual debe decidir si usar OnlyFans u otro tipo de porno para masturbarse —sin cuestionar el tipo de imaginario o representación de la sexualidad que en estos espacios se promueve—. Por otro lado, despunta el tipo de publicitación que se da en las cuentas de Exi y Widler —los novios o compañeros amorosos de Monismurf y Ángela Mármol respectivamente— en cuyos vídeos Monismurf y Ángela por separado simulan haberse hecho un OnlyFans y haber subido fotos eróticas suyas grabando, a modo de *broma* para sus espectadores, cómo reaccionan sus parejas. Las grabaciones se hacen en primer plano, sin cámaras ni micros ocultos, por lo que se deduce que el diálogo está establecido de antemano y que la información no era una sorpresa para los varones, sino un discurso organizado. La secuencia de escenas relata incluso los pasos a seguir para hacerse una cuenta, incluyendo que se debe pagar con tarjeta de crédito. Por los diálogos,



toma de planos y secuencias de la grabación, lejos de estar gastando una broma, todo indica a que se trata de publicidad encubierta o *colaboración*, —forma tradicional en la que los *influencers* ganan dinero en las múltiples redes sociales en las que participan—.

Este tipo de información que promociona páginas eróticas como OnlyFans parece casual, pero están encaminadas a despertar el interés de los y las menores, fomentando su curiosidad hacia el porno, a la par que lo normalizan. Promoviendo, así, nuevas formas de acceso a contenido pornográfico que serán un primer paso hacia posteriores niveles en la escala de la industria del sexo: vídeos pornográficos, *web cams* en directo, clubs de *striptease* o prostíbulos. Desde una perspectiva similar, una de las *pasarelas* más impactantes que hemos identificado es la sección *Pools, Hot Tubs and Beaches* —Piscinas, *Jacuzzis* y Playas— de la propia plataforma de Twitch, en la que se emiten *streams* o vídeos en directo. Esta sección está plagada de mujeres que interactúan en directo con sus seguidores como si de un *club de striptease* virtual se tratara: bailando, cambiándose de *bikini* o escribiendo los nombres de los seguidores sobre su cuerpo, entre otras cosas. Las jóvenes fijan una tarifa en la pantalla para hacer diferentes acciones y en función de lo que los espectadores pagan a través de Twitch, las realizan. Además, hay un *chat* en vivo en el que los seguidores escriben y las chicas responden en el vídeo hablando.

Si bien esta sección es mencionada únicamente por AuronPlay, es una categoría de la propia red social, a la que como hemos visto a través de los datos de nuestra encuesta (el 67,08% de los niños y el 32,50% de las niñas lo usan) acceden con gran frecuencia los y las estudiantes encuestados, sobre todo los varones. Por ello, está claro que los y las menores se encontrarán con ella con una gran frecuencia y de manera fácil. Este espacio se puede considerar un formato de pornografía híbrido entre los clubs de *striptease* tradicionales —a los que Jeffrys (2011, 108) llama “pornografía en vivo”— y las *web cams* pornográficas como Bongacams, XHamsterlive o Cam4, en las que aparecen mujeres masturbándose o realizando actos sexuales en directo y que disponen de *chats* en los que los espectadores interactúan. Esta sección, de la cada vez más popular red social de Twitch, si bien representa una imagen dulcificada del contenido pornográfico supone, al igual que OnlyFans, la normalización de la industria del sexo y fomenta su consumo.

Como última conclusión en referencia a las *pasarelas* detectadas entre redes sociales y pornografía, cabe destacar que son frecuentes en ciertos perfiles de Instagram—

en concreto en los perfiles de Ibai y Charli D'Amelio— comentarios, que si se revisa su emisor, pertenecen a perfiles femeninos con fotos de mujeres en posturas claramente sexualizadas y eróticas —como pechos en primer plano con los pezones pixelados, poses de rodillas en lencería mostrando los glúteos o posados de semidesnudos tumbadas sobre la cama—. Estos perfiles contienen *links* a páginas de contenido sexual para adultos. Aunque se ha hecho un breve mapeo y no una búsqueda exhaustiva, se confirma que los *links* de varios de estos perfiles conducen a páginas de OnlyFans o similares. Por lo tanto, la incitación al uso de la plataforma de OnlyFans se da desde las redes sociales de YouTube e Instagram. Este tipo de enlaces pueden ser fácilmente vistos por los y las menores al revisar estos los comentarios de las publicaciones de los *influencers* a los que siguen, por lo que se encontrarían con la pornografía de manera inesperada y no buscada en la red, constituyendo esto un tipo de violencia *online*. De otra parte, no se ha identificado una *pasarela* clara a contenidos pornográficos en el caso de la red social de TikTok, pero se halla material de carácter sexual que la plataforma recomienda al consumidor/a. Por lo tanto, no se descarta la posibilidad de encontrar con búsquedas más sistemáticas, como se ha detectado en las otras redes sociales, una *pasarela* que vincule TikTok con contenido pornográfico si se hiciera una investigación más minuciosa.

Finalmente, teniendo en cuenta tanto la visión de la sexualidad y de la pornografía que se fomenta a través de los y las *influencers* en las redes sociales, como la facilidad y prontitud con la que hoy en día se accede a contenido pornográfico —ya sea este acceso de manera voluntaria o involuntaria—, se considera extremadamente urgente el diseño de programas de educación afectivo-sexual estables integrados en el currículum desde la Educación Primaria; destinados no solamente al alumnado, sino también a profesorado y familias. Implantar un sistema de educación afectivo sexual desde edades tempranas — que analice abiertamente y de forma colaborativa con el alumnado estos fenómenos para ponerlos en un contexto educativo— permitiría dotar al alumnado de estrategias y habilidades para juzgar, desde un punto de vista crítico, el material sexual expuesto en la pornografía o en las redes sociales. Consecuentemente, esto haría posible que el alumnado diferenciara y rechazara aquello que es violencia, sexualización y discriminación sexual de las mujeres de lo que es una sexualidad sana y libremente elegida.

Para garantizar la efectividad de dichos programas resulta imprescindible la inversión en investigaciones sobre la pornografía y la influencia y riesgos que puede suponer su consumo en la salud física y psicológica de los y las menores. Para llevarlas a

cabo no solo se necesita invertir en campañas de prevención y disuasión de la demanda de la pornografía que informen sobre los riesgos de la adicción que puede conllevar y que visibilicen la idea que la pornografía *mainstream* transmite de que las mujeres son objetos a merced del deseo sexual masculino; sino que, además, se necesita estudiar el fenómeno pornográfico desde la sociedad actual en la que vivimos y en la que los niños y niñas crecen: la de las redes sociales e internet. Lo anterior subraya la necesidad de emplear tiempo y dinero en estudiar la visión que las y —sobre todo— los *influencers* fomentan conforme a la sexualidad y la pornografía, la cual según esta investigación cosifica y sexualiza a las mujeres; utiliza la violencia sexual como modo de captar la atención de los espectadores; y normaliza la pornografía en sus diferentes formatos.

Por lo tanto, es imprescindible que las investigaciones sobre los contenidos e influencia de la pornografía, así como las propuestas de educación afectivo sexual, tengan en cuenta estos cambiantes formatos pornográficos, que deben analizarse no de manera aislada, sino dentro de su contexto, que es la industria del sexo, la cual culmina en la prostitución. De este modo, se destaca que si bien las diferentes propuestas de educación sexual existentes analizadas trabajan sobre el análisis crítico del imaginario sexual transmitido en la pornografía *mainstream* en sus guiones—como la objetivación, sumisión o la violencia sexual ejercida contra las mujeres—; parecen no entrar a analizar el modo de funcionamiento y las consecuencias tanto físicas como psicológicas que la industria del sexo supone para las *actrices* porno que, como ya hemos indicado, son similares a las de la prostitución. Tampoco estudian las consecuencias que tienen para la sociedad en general, y para las mujeres en particular, entre las que prevalece el normalizar la pornografía como una práctica habitual y aceptable. De hecho, nuestra investigación muestra como esa normalización hace que niños y niñas menores de edad estén siendo conducidos a diferentes formas y espacios de contenidos pornográficos sin que la sociedad, sus familias o sus educadores parezcan estar siendo conscientes de ello. Evitar reflexionar sobre estas cuestiones supone dulcificar la industria del sexo y, por tanto, seguir invisibilizando que el placer que alguien puede obtener bajo el consumo de contenido pornográfico está basado en la explotación física, psicológica y sexual de millones de niñas y mujeres de cualquier parte del mundo. Asimismo, también supone privar a los niños, a las niñas y a las personas jóvenes de formas más saludables, igualitarias y naturales de acceder a una sexualidad plena.

No menos importante, se considera el diseño y puesta en práctica de protocolos de intervención para otras posibles situaciones de riesgo, como adicciones al consumo de pornografía, situaciones de transmisión de enfermedades sexuales, daños psicológicos o físicos y violencia de género. Por último, se destaca la necesidad de que los gobiernos creen políticas públicas que regulen el acceso de los y las menores a contenidos *online* violentos. No solo de contenido pornográfico, sino otro tipo de temáticas de las diversas esferas virtuales que contengan contenido nocivo para ellos y ellas. De la misma manera, se considera fundamental la regulación por parte de los gobiernos de los espacios digitales para controlar el contenido que los y las *influencers* generan y que los seguidores comentan con el fin de prevenir la difusión de mensajes de odio, acosos sexuales o expresiones violentas en la red.

## 5. BIBLIOGRAFÍA

- Alario Gavilán, Mónica. 2018. “La influencia del imaginario de la pornografía hegemónica en la construcción del deseo sexual masculino prostituyente: un análisis de la demanda de prostitución”. *ASPARKÍA. Investigación feminista*. (33): 61-69. Consultado el 20 de septiembre de 2021.  
<http://www.e-revistas.uji.es/index.php/asparkia/article/view/3282>
- APRAMP. Asociación para la Prevención, Reinserción y Atención a la Mujer Prostituida. 2020. *Guía de Intervención con Víctimas de Trata para Ayuntamientos y Trabajadores/as Sociales. Como proteger y asistir a las víctimas de trata con fines de explotación sexual*. Consultado el 1 de septiembre de 2021.  
<https://apramp.org/download/guia-de-intervencion-con-victimas-de-trata-para-ayuntamientos-y-trabajadores-as-sociales-ed-2020/>
- Artazo, Gabriela y Gabriela Bard Wigdor. 2019. “Pornografía mainstream y su relación con la configuración de la masculinidad hegemónica”. *Atlánticas. Revista Internacional de Estudios Feministas*. 4, 1: 325-357. Consultada el 10 de enero de 2022. <http://dx.doi.org/10.17979/arief.2019.4.1.3461>
- Barrero, María José. 2020. “Explotación y violencia: Mabel Lozano se adentra en el negocio que más se ha disparado durante el confinamiento, ‘La pornografía es un virus’ ”. *mujerhoy.com*, 3 de noviembre.
- Boyle, Karen. (2005). *Media and violence: Gendering the debates*. London, England: Sage.
- Bridges, Ana; Ching Sun, Matthew Ezzell y Jennifer Johnson. 2016. “Sexual scripts and the sexual behavior of men and women who use pornography”. *Sexualization, Media, & Society*, 2(4). Consultada el 20 de agosto de 2021. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2374623816668275>
- Chellouchi El Asri, Mariam. 2021. “Trabajo erótico en OnlyFans en España: Experiencias y debates desde el feminismo”. Universidad de Barcelona.  
<http://hdl.handle.net/2445/180104>
- Colegio 1 . 2018. Proyecto Educativo de Centro.
- Colegio 2. 2017. Proyecto Educativo de Centro
- “Conferencia Política sexual de la pornografía-Autora Mónica Alario”. 2021. YouTube. 1h 19’57”. Registrado por Librería Mujeres, 26 de noviembre de 2021.  
<https://www.youtube.com/watch?v=eIJm3NowQDs&t=2s>

- Connell, Raewyn. 2012. "Masculinity Research and Global Change". *Masculinities and Social Change*, 1(1), 4-18. Consultada el 20 de agosto de 2021. <http://dx.medra.org/10.4471/MCS.2012.01>
- Connell, Robert W. 2003. "La organización social de la masculinidad". *Biblioteca Virtual de las ciencias sociales*. Consultada el 19 de agosto de 2021. <https://www.semanticscholar.org/paper/La-organizaci%C3%B3n-social-de-la-masculinidad-Connell/52a40117ceee72335dc9c3c59b74519ba92b42b6>
- Cuenca-Piqueras, Cristina; María José González Moreno y Juan Carlos Checa Olmos. 2020. "Empoderadas u objetivadas? Análisis de las ciberfeminidades en las influencers de moda". *Investigaciones Feministas*. 12 (1): 19-30. Consultada el 10 de octubre de 2021. <https://doi.org/10.5209/infe.68810>
- Cyberclick. 2020. "TikTok: qué es y cómo funciona esta red social". Consultada el 22 de noviembre de 2021. <https://www.cyberclick.es/que-es/tik-tok-red-social>
- Díez, Enrique Javier. 2015. "Códigos de masculinidad hegemónica en educación". *Revista Iberoamericana de Educación*, 68: 79-98. Consultada el 19 de agosto de 2021. <https://rieoei.org/RIE/article/view/201>
- Economipedia. 2019. "Youtube". Consultada el 18 de noviembre de 2021. <https://economipedia.com/definiciones/youtube.html>
- Famous Birthdays. 2021a. "Charli D'Amelio, Estrella de TikTok". Consultada el 8 de septiembre de 2021. <https://es.famousbirthdays.com/people/charli-d-amelio.html>
- Famous Birthdays. 2021b. "Mónica Morán. Estrella de TikTok". Consultada el 9 de septiembre de 2021. <https://es.famousbirthdays.com/people/monica-moran.html>
- Famous Birthdays. 2021c. "Ángela Mármol. Estrella de TikTok". Consultada el 9 de septiembre de 2021. <https://es.famousbirthdays.com/people/--ngela-m--rmol.html>
- Feng, Sun Chyng, Paul Wright, Nicoola Steffen. 2017. "German Heterosexual Women's Pornography Consumption and Sexual Behavior". *Sexualization, Media, & Society*. Consultada el 12 de noviembre de 2021. <https://doi.org/10.1177/2374623817698113>
- FNAC. 2020. "Biografía Auronplay". Consultada el 8 de septiembre de 2021. <https://www.fnac.es/Auronplay/ia534426/biografia>
- Fueyo, Aquilina y María Fernández Campomanes. 2018. "¿Empoderadas o violentas? Internet, participación sociopolítica y educación en redes sociales desde un enfoque feminista". En *La otra educación: Pedagogías críticas para el siglo XXI*.

Coordinado por Roberto Aparici Marino, Carlos Escaño y David García-Marín, 243-256. España: UNED.

Fueyo, Aquilina y Susana de Andrés. 2017. Educación mediática: un enfoque feminista para deconstruir la violencia simbólica de los medios. *Revista Fuentes*, 19(2): 81–93. Consultada el 20 de septiembre de 2021. <https://revistascientificas.us.es/index.php/fuentes/article/view/4473>

Fundación Cepaim. 2015. *A Fuego Lento. Cocinando ideas para una intervención grupal desde una perspectiva de género*. España: Autoría. Consultada el 19 de agosto de 2021. <https://www.generoymetodologias.org/recursos/metodologicos/publicaciones/a-fuego-lento/>

Gascón, Marta. 2021. “Qué es Twitch, la plataforma de moda que tiene enganchados a millones de usuarios”. 20 minutos, 18 de enero.

Geeknetic. 2020. “¿Qué es Instagram y para qué sirve?”. Consultada e 21 de noviembre de 2021. <https://www.geeknetic.es/Instagram/que-es-y-para-que-sirve>

González-Ramos, Ana María. 2019. “Feminist standpoint on social media sites and internet practices”. *Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*. Consultada el 8 de enero de 2022. <http://dx.doi.org/10.5209/TEKN.64631>

Borge, Patricia, María Heredia y Aquilina Fueyo. “La educación del alumnado de primaria en los nuevos entornos. Videojuegos y Youtubers desde el enfoque de género”. Comunicación presentada en JUTE. Jornadas Universitarias de Tecnología Educativa. Santander, España. 23 de junio de 2019.

Imagen 1. Recuperada de: [https://www.ondacero.es/noticias/sociedad/streamer-auronplay-anuncia-que-deja-youtube\\_202109026130ff46ec04b70001e059c8.html](https://www.ondacero.es/noticias/sociedad/streamer-auronplay-anuncia-que-deja-youtube_202109026130ff46ec04b70001e059c8.html)

Imagen 2. Recuperada de: <https://www.xataka.com/streaming/partidos-laliga-tambien-seran-narrados-streamers-como-ibai-llanos-se-podra-seleccionar-como-audio-alternativo-tv>

Imagen 3. Recuperada de: <https://elpais.com/gente/2021-09-07/charli-damelio-la-tiktoker-mas-famosa-del-mundo-quiere-tomarse-un-descanso.html>

Imagen 4. Recuperada de: <https://fantoker.es/libros-de-monica-moran/>

Imagen 5. Recuperada de: [https://as.com/tikitakas/2019/11/20/portada/1574207684\\_519164.html](https://as.com/tikitakas/2019/11/20/portada/1574207684_519164.html)

Imagen 6. Recuperada de: <https://www.casadellibro.com/libros-ebooks/angela-marmol/20107011>

- Instituto Canario de Igualdad. 2021. *Las Mil y Una Elsas. Material didáctico sobre estereotipos, cuerpos y cánones de belleza*. Consultado el 1 de junio de 2021. [https://www.gobiernodecanarias.org/cmsgobcan/export/sites/icigualdad/\\_galerias/ici\\_documentos/documentacion/Guia-elsasWEB.pdf?fbclid=IwAR1cdAd3F6m9ZT5GQ0ZtGPLOEsQD2ZlG1kCYodyCFgsizf8-KKvLUUmeNbM](https://www.gobiernodecanarias.org/cmsgobcan/export/sites/icigualdad/_galerias/ici_documentos/documentacion/Guia-elsasWEB.pdf?fbclid=IwAR1cdAd3F6m9ZT5GQ0ZtGPLOEsQD2ZlG1kCYodyCFgsizf8-KKvLUUmeNbM)
- Instituto Nacional de Estadística (INE). 2020. *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares*. Notas de Prensa.
- Jeffreys, Sheila. 2011. *La industria de la vagina*. Argentina: Paidós.
- Laletrade. 2021. “Biografía de Mónica Morán (Monismurf) Edad, estatura, pack, novio, Tiktok”. Consultada el 9 de septiembre de 2021. <https://laletrade.com/biografias/tiktoks/16612-monica-moran>
- Lozano, Mabel y Pablo J. Conellie. 2020. *PornoXplotación*. Barcelona: Alrevés.
- M4rqueting Ecommerce. 2020. “Qué es y cómo funciona Twitch la plataforma de streaming de referencia para gamers (y no gamers)”. Consultada el 22 de noviembre de 2021. <https://marketing4ecommerce.net/que-es-y-como-funciona-twitch/>
- Mejorinfluencer. 2021a. “Marta Díaz. Estrella de YouTube”. Consultada el 9 de septiembre de 2021. <https://www.mejorinfluencer.com/youtuber/marta-diaz/>
- Mejorinfluencer. 2021b. “Ángela Marmol. Estrella de: Estrella de Tik Tok”. Consultada el 9 de septiembre de 2021. <https://www.mejorinfluencer.com/tiktok/angela-marmol/>
- Ministerio de Educación y Formación Profesional Ministerio de Universidades. EDUCAbase. “Enseñanzas no Universitarias / Alumnado matriculado / curso 2020-2021. Datos Avance. Enseñanzas de Régimen general”. Alumnado matriculado en Educación Primaria por comunidad autónoma/provincia, curso y titularidad. [http://estadisticas.mecd.gob.es/EducaJaxiPx/Datos.htm?path=/no-universitaria/alumnado/matriculado/2020-2021-da/comunidad/reg\\_general//10/&file=general\\_1\\_03.px&type=pcaxis](http://estadisticas.mecd.gob.es/EducaJaxiPx/Datos.htm?path=/no-universitaria/alumnado/matriculado/2020-2021-da/comunidad/reg_general//10/&file=general_1_03.px&type=pcaxis)
- Montoya, Leydy . 2021. “Biografía Charli D’Amelio”. Consultada el 8 de septiembre de 2021. <https://historia-biografia.com/charli-damelio/>
- Montoya, Leydy. 2020. “Biografía Ibai Llanos”. Consultada el 8 de septiembre de 2021. <https://historia-biografia.com/ibai-llanos/>



OMS. Organización Mundial de la Salud. 2018. *La salud sexual y su relación con la salud reproductiva: un enfoque operativo*. Argentina: OMS. Consultada el 11 de agosto de 2021.

[https://www.amsafelacapital.org.ar/2016/amsafe\\_va\\_a\\_la\\_escuela/esi/02-definicion\\_sexualidad.pdf](https://www.amsafelacapital.org.ar/2016/amsafe_va_a_la_escuela/esi/02-definicion_sexualidad.pdf)

Page Jeffery, Catherine. 2020. “‘Is that appropriate?’ Parental judgements about the risks and opportunities of teenagers’ digital media use”. *Parenting for a Digital Future*. [‘Is that appropriate?’ Parental judgements about the risks and opportunities of teenagers’ digital media use – Parenting for a Digital Future \(lse.ac.uk\)](#)

Pateman, Carole. (1988) 2019. *El contrato sexual*. Reimpresión, Editorial Ménades.

Peris-Hernández, Montserrat y Carmen Maganto Mateo. 2018. *Sexting, sextorsión y grooming. Información y prevención*. Madrid: Ediciones Pirámide.

Pibernat-Vila, Marina. 2020. “Misoginia *youtuber*; conseguir audiencia con humor sexista”. *Investigaciones Feministas*. 12 (1): 47-56. Consultada el 7 de enero de 2022. <https://dx.doi.org/10.5209/infe.69376>

Quadara, Antonia; Alissar El-Murr y Joe Lathan. 2017. *The effects of pornography on children and young people: An evidence scan*. Melbourne: Australian Institute of Family Studies. Consultada el 10 de noviembre de 2021.

<https://aifs.gov.au/publications/effects-pornography-children-and-young-people-snapshot>

Rodríguez, Paula. 2020. “Marta Díaz: Todo lo que tienes que saber sobre la influencer de moda”. Flookernow.com. Consultada el 9 de septiembre de 2021. [https://www.flookernow.com/fan/marta-diaz-todo-que-tienes-que-saber-influencer-moda\\_202006035ed7c438f00f93000104e696.html](https://www.flookernow.com/fan/marta-diaz-todo-que-tienes-que-saber-influencer-moda_202006035ed7c438f00f93000104e696.html)

Rodríguez-Suárez, María. 2020. *Construcción del imaginario sexual en las personas jóvenes. La pornografía como escuela*. Asturias: Studio Llunik. Consultado el 5 de septiembre de 2021.

[http://www.cmpa.es/v\\_juventud/informacion/informacionver.asp?cod=33853&te=5227&idage=39981&vap=0](http://www.cmpa.es/v_juventud/informacion/informacionver.asp?cod=33853&te=5227&idage=39981&vap=0)

Ros, Laia. 2020. “¿Qué es TikTok?”. La Vanguardia, 28 del septiembre.

Rostad, Whitney, Daniel Gittins-Stone, Charlie Huntington, Christie Rizzo, Deborah Pearlman y Lindsay Orchowski . 2019. “The association between exposure to violent pornography and teen dating violence in grade 10 high school

- students”. *Archives of sexual behavior*, 48(7), 2137-2147. Consultada el 20 de agosto de 2021. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31309432/>
- Rouse, Lauren y Anastasia Salter. 2021. “Cosplay on demand? Instagram, OnlyFans, and the Gendered Fantrepeneur”. *Social Media + Society*. Vol. 7, 3. Consultada el 5 de enero de 2021. <https://doi.org/10.1177/20563051211042397>
- Santana Nixon, Sofía Lourdes. 2021. “Un análisis del fenómeno OnlyFans desde el enfoque de género. Su influencia en la socialización diferencial.” Trabajo Fin de Grado. Universidad de La Laguna. <http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/24957>
- Save the Children. 2020. *(Des)información sexual: pornografía y adolescencia*. España: Save the Children. Consultado el 7 de septiembre. <https://www.savethechildren.es/notasprensa/informe-desinformacion-sexual-pornografia-y-adolescencia-anexo-euskadi>
- “Sexualidad y Consumo de Pornografía en Adolescentes y Jóvenes de 16 a 29 años”. 2021. YouTube. 1h 20’30”. Registrado por Foro Feminista de Castilla y León, 14 de Julio 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=MMeeEcQNrK0>
- Tejedor, Oscar. 2021. “Auronplay alcanza los 9 millones de seguidores en Twitch; ‘el don de la naturalidad’ ”. Marca.com, 7 de 2021.
- Tiidenberg, Katrin y van der Nagel, Emily. 2020. *Sex and Social Media*. Bingley UK: Emerald Group Publishing Limited.
- Torrado, Martín-Palomino Esther. 2020. *Sexualidad y consumo de pornografía en adolescentes y jóvenes de 16 a 29 años*. Universidad de La Laguna. Consultado el 8 de septiembre. <https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/23764?locale-attribute=en>
- Tyler, Meagan y Quek Kaye. 2016. “Conceptualizing Pornographication: a lack of Clarity and Problems for Feminist Analysis”. *Sexualization, Media, & Society*. April-June 2016: 1-14. Consultada el 7 de enero de 2021. <https://doi.org/10.1177/2374623816643281>
- World Health Organization. Organización Mundial de la Salud. s.f. “Adolescent Health”. Consultada el 11 de agosto de 2021. [https://www.who.int/health-topics/adolescent-health#tab=tab\\_1](https://www.who.int/health-topics/adolescent-health#tab=tab_1)
- Youtube. s.f. “¿Te has preguntado alguna vez como funciona YouTube?”. Consultada el 22 de noviembre de 2021. [https://www.youtube.com/intl/ALL\\_es/howyoutubeworks/](https://www.youtube.com/intl/ALL_es/howyoutubeworks/)
- Zuazo, Eñaut. 2021. “Charli D’Amelio, la ‘tiktokker’ más famosa del mundo, ha confesado que está cansada de TikTok”. Lavanguardia.com, 6 e septiembre de 2021.

## **6. PELÍCULAS**

Hot Girls Wanted. 2015. Dirigida por Jill Bauer y Ronna Gadus. Netflix.

## 7. ANEXOS

### 7.1 ANEXO I: CUESTIONARIO

16/11/21 17:54

ENCUESTA SOBRE EL USO DE LAS REDES SOCIALES

## ENCUESTA SOBRE EL USO DE LAS REDES SOCIALES

**\*Obligatorio**

1. Escoge tu colegio: \*

Marca solo un óvalo.

- Colegio [REDACTED]
- Colegio [REDACTED]

2. Curso:

Marca solo un óvalo.

- 5º
- 6º

3. Selecciona:

Marca solo un óvalo.

- Soy un chico
- Soy una chica

4. Año de nacimiento:

Marca solo un óvalo.

- 2008
- 2009
- 2010
- 2011

<https://docs.google.com/forms/d/15DIuBC27ICcaD2hRBbjzSdDeFjY3gspKsB53Jwzto/edit>

1/8

**Imagen 35:** Encuesta sobre el uso de las redes sociales

## Sección sin título

5. De las siguientes redes sociales ¿Cuáles son las dos que más usas?

*Selecciona todos los que correspondan.*

- Youtube  
 Twitch  
 Tik Tok  
 Instagram

## YOUTUBE



6. ¿Usas o has usado alguna vez Youtube?

*Marca solo un óvalo.*

- Sí  
 No

7. Si la respuesta es sí, ¿Cómo describirías esta red social a alguien que no sepa lo que es? ¿Para qué sirve?

---

---

---

---

---

**Imagen 36:** Encuesta sobre el uso de las redes sociales

8. ¿Cuáles son tus "youtubers" favoritos? Escribe 3:

---

---

---

---

---

9. ¿Sobre qué trata el contenido que consumes en Youtube? Escribe los dos temas que más te gusten. Ej. bailes, recetas...

---

---

---

---

---

10. ¿Qué parte utilizas más de Youtube?

*Selecciona todos los que correspondan.*

- Inicio
- Explorar
- Suscripciones
- Buscador

TIK TOK



**Imagen 37:** Encuesta sobre el uso de las redes sociales

11. ¿Usas o has usado alguna vez Tik Tok?

*Marca solo un óvalo.*

Sí

No

12. Si la respuesta es Sí, ¿Cómo describirías esta red social a alguien que no sepa lo que es? ¿Para qué sirve?

---

---

---

---

---

13. ¿Cuáles son tus "tiktokers" favoritos? Escribe 3:

---

---

---

---

---

14. ¿Cuáles son tus hashtags favoritos? Escribe 3:

---

---

---

---

---

**Imagen 38:** Encuesta sobre el uso de las redes sociales

15. ¿Sobre qué trata el contenido que consumes en Tik Tok? Escribe los dos temas que más te gusten.

---

---

---

---

---

16. ¿Cómo te gusta más descubrir nuevos tik toks? Marca dos.

*Selecciona todas las que correspondan.*

- Tendencias (hashtags)  
 Buscador  
 Inicio

#### INSTAGRAM



17. ¿Usas o has usado alguna vez Instagram?

*Marca solo un óvalo.*

- Sí  
 No



18. ¿Cómo describirías esta red social a alguien que no sepa lo que es? ¿Para qué sirve?

---

---

---

---

---

19. ¿Cuáles son tus "instagramers" favoritos?

---

---

---

---

---

20. ¿Qué partes de instagram te gusta más? Selecciona dos.

*Selecciona todas las que correspondan.*

- Historias/ stories
- Reels
- Explorar / buscador
- Feed / publicaciones

21. ¿Sobre qué trata el contenido que consumes en Instagram? Escribe los dos temas que más te gusten.

---

---

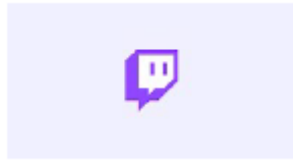
---

---

---

**TWITCH**

**Imagen 40:** Encuesta sobre el uso de las redes sociales



22. ¿Usas o has usado alguna vez Twitch?

Marca solo un óvalo.

Sí

No

23. ¿Cómo describirías esta red social a alguien que no sepa lo que es? ¿Para qué sirve?

---

---

---

---

---

24. ¿Cuáles son tus "streamers" favoritos? Escribe 3

---

---

---

---

---

**Imagen 41:** Encuesta sobre el uso de las redes sociales

25. ¿Qué partes de Twitch usas más? Selecciona dos.

*Selecciona todos los que correspondan.*

- Explorar
- Esports
- Música
- Buscador

26. ¿Sobre qué trata el contenido que consumes en Twitch? Escribe los dos temas que más te gusten.

---

---

---

---

---

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios

**Imagen 42:** Encuesta sobre el uso de las redes sociales

## 7.2 ANEXO II: EXCEL CON LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Registro de estudiantes	Marca temporal	Escoge tu colegio:	Curso:	Selecciona:	Año de nacimiento:	De las siguientes redes sociales ¿Cuáles son las dos que más usas?
51	6/23/2021 12:16:36	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Twitch
52	6/23/2021 12:16:58	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Twitch
57	6/23/2021 12:22:39	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube, Twitch
63	6/23/2021 12:25:22	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube, Twitch
67	6/23/2021 12:27:35	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube, Twitch
73	6/23/2021 12:29:21	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube, Twitch
80	6/23/2021 12:31:41	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube, Twitch
81	6/23/2021 12:33:46	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube, Twitch
83	6/23/2021 12:36:41	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube
84	6/23/2021 12:38:10	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube, Tik Tok, Instagram
88	6/23/2021 14:47:33	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube, Twitch
89	6/23/2021 14:49:14	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube
90	6/23/2021 14:51:46	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube, Twitch
91	6/23/2021 14:52:54	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube
117	6/24/2021 10:15:55	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube
120	6/24/2021 10:33:00	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube
122	6/24/2021 10:45:03	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube
140	MANUAL 23/06/ 2036	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube, Tik Tok
141	MANUAL 23/06/ 2037	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube
142	MANUAL 23/06/ 2038	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube, Twich
143	MANUAL 23/06/ 2039	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube, Tik Tok
145	MANUAL 23/06/ 2041	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube, Twich
146	MANUAL 23/06/ 2042	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube, Tik Tok
147	MANUAL 23/06/ 2043	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube, Twich
148	MANUAL 23/06/ 2044	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube, Twich
149	MANUAL 23/06/ 2045	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube, Tik Tok

<b>Registro de estudiantes</b>	<b>Marca temporal</b>	<b>Escoge tu colegio:</b>	<b>Curso:</b>	<b>Selecciona:</b>	<b>Año de nacimiento:</b>	<b>De las siguientes redes sociales ¿Cuáles son las dos que más usas?</b>
150	MANUAL 23/06/ 2046	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube, Tik tok
151	MANUAL 23/06/ 2047	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube, Tik tok
152	MANUAL 23/06/ 2048	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube, Tik Tok
153	MANUAL 23/06/ 2049	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube
154	MANUAL 23/06/ 2050	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube
155	MANUAL 23/06/ 2051	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube, Tik Tok
156	MANUAL 23/06/ 2052	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube, Twich
157	MANUAL 23/06/ 2053	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube, Tik Tok
158	MANUAL 23/06/ 2054	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube, Twich
159	MANUAL 23/06/ 2055	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube, Twich
160	MANUAL 23/06/ 2056	Colegio 2	5°	Soy un chico	2010	Youtube
21	6/22/2021 8:56:40	Colegio 2	5°	Soy una chica	2011	Youtube
34	6/23/2021 12:08:53	Colegio 2	5°	Soy una chica	2010	Youtube
55	6/23/2021 12:20:43	Colegio 2	5°	Soy una chica	2010	Youtube, Tik Tok
56	6/23/2021 12:22:05	Colegio 2	5°	Soy una chica	2010	Youtube
82	6/23/2021 12:36:30	Colegio 2	5°	Soy una chica	2010	Youtube, Tik Tok
85	6/23/2021 12:39:36	Colegio 2	5°	Soy una chica	2010	Youtube, Tik Tok
86	6/23/2021 14:42:16	Colegio 2	5°	Soy una chica	2010	Youtube, Twitch
87	6/23/2021 14:45:10	Colegio 2	5°	Soy una chica	2010	Youtube, Tik Tok
114	6/24/2021 9:37:51	Colegio 2	5°	Soy una chica	2010	Youtube, Tik Tok
116	6/24/2021 10:15:22	Colegio 2	5°	Soy una chica	2010	Youtube
118	6/24/2021 10:21:56	Colegio 2	5°	Soy una chica	2009	Youtube
119	6/24/2021 10:24:40	Colegio 2	5°	Soy una chica	2010	Youtube, Tik Tok
121	6/24/2021 10:36:10	Colegio 2	5°	Soy una chica	2010	Youtube, Tik Tok
123	6/24/2021 11:01:21	Colegio 2	5°	Soy una chica	2010	Youtube, Tik Tok
125	MANUAL 23/06/ 2021	Colegio 2	5°	Soy una chica	2010	Youtube, Tik Tok
126	MANUAL 23/06/ 2022	Colegio 2	5°	Soy una chica	2010	Youtube, Tik Tok

Registro de estudiantes	Marca temporal	Escoge tu colegio:	Curso:	Selecciona:	Año de nacimiento:	De las siguientes redes sociales ¿Cuáles son las dos que más usas?
127	MANUAL 23/06/ 2023	Colegio 2	5°	Soy una chica	2010	Youtube, Tik Tok
128	MANUAL 23/06/ 2024	Colegio 2	5°	Soy una chica	2010	Youtube, Tik Tok
129	MANUAL 23/06/ 2025	Colegio 2	5°	Soy una chica	2010	Youtube, Tik Tok
130	MANUAL 23/06/ 2026	Colegio 2	5°	Soy una chica	2010	Youtube, Tik Tok
131	MANUAL 23/06/ 2027	Colegio 2	5°	Soy una chica	2010	Youtube, Tik Tok
132	MANUAL 23/06/ 2028	Colegio 2	5°	Soy una chica	2010	Youtube, Tik Tok
133	MANUAL 23/06/ 2029	Colegio 2	5°	Soy una chica	2010	Youtube, Tik Tok
134	MANUAL 23/06/ 2030	Colegio 2	5°	Soy una chica	2010	Youtube, Tik Tok
135	MANUAL 23/06/ 2031	Colegio 2	5°	Soy una chica	2010	Youtube
136	MANUAL 23/06/ 2032	Colegio 2	5°	Soy una chica	2010	Youtube
137	MANUAL 23/06/ 2033	Colegio 2	5°	Soy una chica	2010	Youtube, Tik Tok
138	MANUAL 23/06/ 2034	Colegio 2	5°	Soy una chica	2010	Youtube, Tik Tok
139	MANUAL 23/06/ 2035	Colegio 2	5°	Soy una chica	2010	Youtube, Tik Tok
115	6/24/2021 10:09:50	Colegio 2	5°		2010	Youtube
22	6/23/2021 12:02:28	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Youtube
23	6/23/2021 12:02:44	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Youtube
26	6/23/2021 12:06:23	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Tik Tok, Instagram
27	6/23/2021 12:06:27	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Youtube, Twitch, Tik Tok
28	6/23/2021 12:06:48	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Twitch, Instagram
29	6/23/2021 12:07:08	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Youtube, Tik Tok
30	6/23/2021 12:07:12	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Youtube
35	6/23/2021 12:09:14	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Youtube, Twitch
37	6/23/2021 12:10:19	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Youtube
39	6/23/2021 12:10:43	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Youtube, Twitch
40	6/23/2021 12:11:38	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Youtube, Tik Tok
42	6/23/2021 12:12:16	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Youtube, Twitch, Tik Tok, Instagram
46	6/23/2021 12:14:47	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Youtube, Tik Tok

Registro de estudiantes	Marca temporal	Escoge tu colegio:	Curso:	Selecciona:	Año de nacimiento:	De las siguientes redes sociales ¿Cuáles son las dos que más usas?
50	6/23/2021 12:16:27	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Youtube, Twitch
53	6/23/2021 12:17:01	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Youtube, Tik Tok
59	6/23/2021 12:22:53	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Youtube
62	6/23/2021 12:24:46	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Youtube, Twitch
64	6/23/2021 12:27:04	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Youtube, Twitch
65	6/23/2021 12:27:09	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Youtube, Tik Tok
66	6/23/2021 12:27:29	Colegio 2	6°	Soy un chico	2008	Youtube, Twitch, Tik Tok, Instagram
70	6/23/2021 12:28:51	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Youtube
74	6/23/2021 12:29:31	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Youtube, Twitch
77	6/23/2021 12:30:00	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Youtube, Tik Tok
78	6/23/2021 12:30:05	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Youtube, Tik Tok
79	6/23/2021 12:30:12	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Tik Tok, Instagram
92	6/23/2021 14:54:36	Colegio 2	6°	Soy un chico	2010	Youtube, Instagram
94	6/23/2021 16:07:25	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Youtube, Twitch
95	6/23/2021 16:08:23	Colegio 2	6°	Soy un chico	2008	Youtube, Tik Tok
98	6/23/2021 16:08:48	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Youtube, Twitch
100	6/23/2021 16:09:25	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Youtube, Twitch
101	6/23/2021 16:09:31	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Youtube, Twitch
102	6/23/2021 16:09:32	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Youtube, Twitch
112	6/23/2021 16:21:07	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Youtube, Tik Tok
113	6/23/2021 19:18:44	Colegio 2	6°	Soy un chico	2009	Youtube, Twitch
24	6/23/2021 12:05:33	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Youtube, Instagram
25	6/23/2021 12:06:22	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Youtube, Tik Tok
31	6/23/2021 12:07:39	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Youtube, Twitch
32	6/23/2021 12:08:04	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Twitch, Instagram
33	6/23/2021 12:08:27	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Youtube, Tik Tok
36	6/23/2021 12:10:00	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Youtube, Tik Tok

Registro de estudiantes	Marca temporal	Escoge tu colegio:	Curso:	Selecciona:	Año de nacimiento:	De las siguientes redes sociales ¿Cuáles son las dos que más usas?
38	6/23/2021 12:10:41	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Youtube, Tik Tok
41	6/23/2021 12:11:48	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Youtube, Tik Tok
43	6/23/2021 12:12:24	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Tik Tok
44	6/23/2021 12:13:26	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Tik Tok
45	6/23/2021 12:14:42	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Tik Tok, Instagram
47	6/23/2021 12:15:21	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Tik Tok
48	6/23/2021 12:15:36	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Tik Tok, Instagram
49	6/23/2021 12:16:08	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Youtube, Tik Tok
54	6/23/2021 12:17:41	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Tik Tok, Instagram
58	6/23/2021 12:22:52	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Tik Tok, Instagram
60	6/23/2021 12:23:26	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	
61	6/23/2021 12:24:23	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Youtube
68	6/23/2021 12:27:57	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Tik Tok
69	6/23/2021 12:28:35	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Tik Tok, Instagram
71	6/23/2021 12:29:07	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Youtube
72	6/23/2021 12:29:18	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Tik Tok, Instagram
75	6/23/2021 12:29:42	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Twitch, Tik Tok, Instagram
76	6/23/2021 12:29:56	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Tik Tok, Instagram
96	6/23/2021 16:08:37	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Youtube
97	6/23/2021 16:08:45	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Tik Tok, Instagram
99	6/23/2021 16:09:17	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Youtube, Tik Tok
103	6/23/2021 16:09:33	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Youtube
104	6/23/2021 16:10:37	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Tik Tok
105	6/23/2021 16:10:41	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Youtube
106	6/23/2021 16:11:20	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Twitch, Tik Tok
107	6/23/2021 16:12:57	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Youtube
108	6/23/2021 16:12:57	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Youtube, Twitch



Registro de estudiantes	Marca temporal	Escoge tu colegio:	Curso:	Selecciona:	Año de nacimiento:	De las siguientes redes sociales ¿Cuáles son las dos que más usas?
109	6/23/2021 16:14:11	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Tik Tok, Instagram
110	6/23/2021 16:14:14	Colegio 2	6°	Soy una chica	2009	Tik Tok, Instagram
111	6/23/2021 16:15:26	Colegio 2	6°	Soy una chica	2008	Tik Tok, Instagram
15	6/21/2021 14:18:30	Colegio 1	5°	Soy un chico	2010	Youtube
16	6/21/2021 15:58:31	Colegio 1	5°	Soy un chico	2010	Youtube
17	6/21/2021 16:46:51	Colegio 1	5°	Soy un chico	2010	Youtube
93	6/23/2021 16:00:11	Colegio 1	5°	Soy un chico	2010	Youtube
9	6/18/2021 14:25:27	Colegio 1	5°	Soy una chica	2010	Youtube
12	6/20/2021 20:40:57	Colegio 1	5°	Soy una chica	2010	Youtube, Tik Tok
13	6/20/2021 21:52:02	Colegio 1	5°	Soy una chica	2010	Youtube, Twitch
14	6/20/2021 21:52:34	Colegio 1	5°	Soy una chica	2010	Youtube, Twitch
18	6/21/2021 16:58:54	Colegio 1	5°	Soy una chica	2010	Youtube, Tik Tok
19	6/21/2021 17:49:33	Colegio 1	5°	Soy una chica	2010	Youtube
20	6/21/2021 18:10:52	Colegio 1	5°	Soy una chica	2010	Youtube
124	6/25/2021 16:32:41	Colegio 1	5°	Soy una chica	2010	Youtube
3	6/17/2021 20:04:35	Colegio 1	6°	Soy un chico	2010	Youtube
4	6/17/2021 20:49:37	Colegio 1	6°	Soy un chico	2009	Youtube
6	6/17/2021 22:19:03	Colegio 1	6°	Soy un chico	2009	Youtube
1	6/17/2021 19:36:18	Colegio 1	6°	Soy una chica	2009	Tik Tok, Instagram
2	6/17/2021 19:40:45	Colegio 1	6°	Soy una chica	2009	Tik Tok, Instagram
5	6/17/2021 21:24:46	Colegio 1	6°	Soy una chica	2009	Youtube, Twitch
7	6/18/2021 12:05:47	Colegio 1	6°	Soy una chica	2009	Youtube
8	6/18/2021 12:09:22	Colegio 1	6°	Soy una chica	2009	Youtube
10	6/18/2021 15:17:08	Colegio 1	6°	Soy una chica	2009	Youtube, Twitch
11	6/18/2021 22:42:33	Colegio 1	6°	Soy una chica	2009	Youtube

Registro de estudiantes	Selecciona:	¿Usas o has usado alguna vez Youtube?	Si la respuesta es sí, ¿Cómo describirías esta red social a alguien que no sepa lo que es? ¿Para qué sirve?	¿Cuáles son tus "youtubers" favoritos? Escribe 3:	¿Sobre qué trata el contenido que consumes en Youtube? Escribe los dos temas que más te gusten. Ej. bailes, recetas...	¿Qué parte utilizas más de Youtube?
51	Soy un chico	Sí	sirve para ver videos de cualquier tipo de cosa.puedes ver videos de gatos, juegos,cocina, colegio o cualquier tipo de cosa.	spreen, liivertLPM y rubius	juegos y tutoriales	Inicio
52	Soy un chico	Sí	es una red social que se utiliza para ver vídeos de lo que quieras.	vicesat,wild frank y el revulsivo	coches y animales	Inicio
57	Soy un chico	Sí	para ver videos d elo que te gusta	xbuyer, ibai	videojuegos y cosas variadas	Suscripciones
63	Soy un chico	Sí	ver videos	xbuyer, ampiter	videojuegos	Buscador
67	Soy un chico	Sí	ver videos	chicofitness, ibai y menos13	videojuegos y deporte	Suscripciones
73	Soy un chico	Sí	ver videos de gente que te gusta	agustin51 y ampiter	videojuegos	Inicio
80	Soy un chico	Sí	ver videos		deporte	Inicio
81	Soy un chico	Sí	ver videos	ibai, maya, gashunited	noticias y videojuegos	Buscador
83	Soy un chico	Sí	Es una aplicacion para ver videos	Auronplay, Ibai, The grefg	Juegos, Tutoriales	Inicio
84	Soy un chico	Sí	ver videos	thegrefg, ibai, darker	videojuegos	Inicio
88	Soy un chico	Sí	pagina donde puedes ver el contenido que suben las personas o trabajar de ello	yosoyplex, ibai y spursito	videojuegos y deportes	Inicio
89	Soy un chico	Sí	subir y ver videos que te interesan	vandal, fermanfloo,	videojuegos	Buscador
90	Soy un chico	Sí	ver videos	auronplay, ibai y rubiusOMG	videojuegos y retos	Buscador
91	Soy un chico	Sí	ver videos	Uve, sanguineo y danirep	videojuegos, reacciones	Inicio
117	Soy un chico	Sí	es una red social que puedes ver videos de lo que tu quieras	folagor, godeik y trebor bs	bralw stars y pokemon	Buscador
120	Soy un chico	Sí	es una red que hay muchos videos. sirve para hacerte reir y divertirse.	anikilo,massi y robert pg.	de brawl stars, de minecraft y de futbol.	Buscador
122	Soy un chico	Sí	Pues Youtube es una red social en la que la gente graba vídeos de entretenimiento, de información,etc. Sirve para divertirse viendo vídeos o para buscar información.	Auronplay.	Cuando veo Youtube suelo ver vídeos de los videojuegos que uso, miro información y cosas divertidas.	Inicio
140	Soy un chico	Sí	Aplicación para ver videos	Yosoyplex micckrol uve	Formite y aventuras	Inicio, Buscador
141	Soy un chico	Sí	Es una app con videos de todas las edades, para ver videos	Degrelg, Godeik y robloxan	Videos de videojuegos, videos de risa	Buscador
142	Soy un chico	Sí	Youtube es una red social para divertirse	Godeikm, The Fairy Dina, Pabloof	Just Dance y Brawl stars	Buscador
143	Soy un chico	Sí		Rubius, The gref, Ibai		Inicio
144	Soy un chico	Sí	Es una red donde puedes ver vídeos de todo el mundo.	Willyrex, trolerotutor, thegrefg	Sobre videojuegos, minecraft y fornite	Explorar
145	Soy un chico	Sí	Es una aplicación que sirve para ver vídeos de gente famosa	Yosoyplex, Fermonfloo y Ibai	Sobre juegos, vlogs de hacer por la calle y reaccionar a videos	Inicio
146	Soy un chico	Sí	Es una red social en la que tu ves vídeos de otras personas y puedes crear tus vídeos	Thegref Robleus Ibai	Videojuegos, Series	Inicio, Buscador
147	Soy un chico	Sí	Hay gente que sube vídeos de distintos tipos	Auronplay, Papi Gavi y Xbuyer	Fútbol y videojuegos	Inicio
148	Soy un chico	Sí	Muy divertida y sirve para ver contenido de personas que hacen o juegan a juegos	Ibai, Auronplay y el Rubius	De videos graciosos y videojuegos	Suscripciones
149	Soy un chico	Sí	Es una red social muy buena. Sirve para ver vídeos de otro.	Rubius, Yosoyplex e Hiper	De gameplays y blogs	Suscripciones
150	Soy un chico	Sí	Es una red social para ver vídeos de otras personas	ZetassJ, Ibai, Robery PG	Reaccionando a cosas y gameplays	Buscador
151	Soy un chico	Sí	Pues ahí a parte de ver videos de videojuegos también vale para	Ampeter, Tegref y Godeik	Sobre todo videojuegos: los dos temas son Brawl stars y Fornite	Inicio
152	Soy un chico	Sí	Youtube es una red d entretenimiento que sirve para colgar vídeos y que la gente los vea	Danirep, El demente y RobbisIVTU	Carreras de autos superdeportivos y videojuegos como el GTA5	Inicio

Registro de estudiantes	Selecciona:	¿Usas o has usado alguna vez Youtube?	Si la respuesta es sí, ¿Cómo describirías esta red social a alguien que no sepa lo que es? ¿Para qué sirve?	¿Cuáles son tus "youtubers" favoritos? Escribe 3:	¿Sobre qué trata el contenido que consumes en Youtube? Escribe los dos temas que más te gusten. Ej. bailes, recetas...	¿Qué parte utilizas más de Youtube?
153	Soy un chico	Sí	Es una red social que sirve para grabar vídeos de cualquier tipo y subirlos para que los pueda ver todo el mundo	Auronplay, The Grefg y Sinapsis Xtra	Juegos (videojuegos) y deportes	Inicio y Buscador
154	Soy un chico	Sí	Yo pienso que es una red social para compartir contenido largo	No tengo	Música, series	Inicio, buscador
155	Soy un chico	Sí	Es una red social donde puedes crear y ver vídeos de lo que quieras	Auronplay, Wismuchu, Trebor BS	Videojuegos (esports)	Buscador
156	Soy un chico	Sí	Es una red social en la que hay gente que graba vídeos y los sube? Sirve para entretenerse.	Xbuyer, Rovertpg y Auronplay	Sobre fútbol y videojuegos y son los que más me gustan.	Inicio, Explorador
157	Soy un chico	Sí	Para ver vídeos	Giefg, ampeterby y plex	jugar futbol y a la play	Inicio y Buscador
158	Soy un chico	Sí	Es una red social en la que puedes ver vídeos sobre cosas que te gustan. Sirven para entretenerse.	Godeik, Lapeceratonta y trebor	Juegos, reacciones.	Suscripciones, Buscador
159	Soy un chico	Sí	Es una aplicación famosa de internet que puedes ver vídeos para divertirte.	The grefg, el rulo y Ali Creoll Garer	Videojuegos y futbol. Esports	Explorar
160	Soy un chico	Sí	Youtube sirve para ver a gente jugando a videos etc.	Miccecrak, Pathofail y Danirep	Consumo youtube en gameplays y memes	Suscripciones
21	Soy una chica	Sí				Suscripciones
34	Soy una chica	Sí	para ver videos	robleisIUTU thiagoIUTU rubius z	juegos y tutoriales	Inicio,
55	Soy una chica	Sí	Para ver contenido de youtubers		Videojuegos	Suscripciones
56	Soy una chica	Sí	sirve para ver videos	lyna,dani y melina	juegos y manualidades	Suscripciones
82	Soy una chica	Sí	ver videos	zapping top, caperusita	harry potter	Buscador
85	Soy una chica	Sí	ver videos de gente que te gusta	auronplay	variado	Inicio
86	Soy una chica	Sí	ver contenido en video	kesko, spreem	videojuegos	Buscador
87	Soy una chica	Sí	ver videos		videojuegos	Inicio
114	Soy una chica	Sí	sirve para ver historias tutoriales o lo que quieras ver	tiktakdraw valee gacha y itzins owo	historias y series	Inicio
116	Soy una chica	Sí	es una aplicación para ver videos	auronplay,uve,martina	juegos y bromas	Buscador
118	Soy una chica	Sí	para poder ver videos de gente que hacen cosas divertidas.	Mikecrak, raptor y sparta.	de videojuegos de terror o no.	Buscador
119	Soy una chica	Sí	Sirve para ver videos de el o los youtubers que más te gustan	like lion, soy luna, juscoco vlogs	retos y bromas	Inicio
121	Soy una chica	Sí	Youtube es una red social que te permite ver videos de muchos youtubers. Sirve para ver videos y para entretenerse.	yosoyplex, fede vigevani y atack3000.	sobre fortnite o sobre life hacks de tik tok.	Suscripciones
123	Soy una chica	Sí	sirve para ver videos con un buscador	rubius,holasoygerman y robleis	de juegos y de su vida	Inicio
125	Soy una chica	Sí	Es una red social en la que gente llamados youtubers publican videos para que tu los veas.	Raúl, Marta, Mónica	Bailes y juegos. Gente bailando y gente jugando a juegos de ordenador	Buscador
126	Soy una chica	Sí	Es una aplicación para ver videos de lo que quieras		Coreografías y canciones	Suscripciones
127	Soy una chica	Sí	Sirve para ver videos que suben otras personas	El mundo de Indy, Ibai y Silvia Sánchez	Bromas y blogs	Explorar
128	Soy una chica	Sí	Es una red que puedes ver videos de todo tipo. Para divertirte.		Recetas y canciones	Buscador
129	Soy una chica	Sí	Le explicaría que esa app sirve para aprender etc...	La diversión de Martina, Karina y Marina y Kimstyle	Bailes y ASMR	Buscador
130	Soy una chica	Sí	Es una red que te permite ver videos sirve para si estas aburrida puedes ver videos	Fede vigerani, Auronplay y más Skabeche	Retos y blogs	Buscador
131	Soy una chica	Sí	Es una red social en la que tu te creas una cuenta y puedes subir videos para que otras lo vean	Auronplay, Rivers, Ibai	Bailes y series	Buscador, inicio
132	Soy una chica	Sí	Que alguna vez te abures y si la usas te divierte	Exi, Uerdelis y Shooter	ASMR, bromas, haul, bailes y room tours.	Suscripciones

Registro de estudiantes	Selecciona:	¿Usas o has usado alguna vez Youtube?	Si la respuesta es sí, ¿Cómo describirías esta red social a alguien que no sepa lo que es? ¿Para qué sirve?	¿Cuáles son tus "youtubers" favoritos? Escribe 3:	¿Sobre qué trata el contenido que consumes en Youtube? Escribe los dos temas que más te gusten. Ej. bailes, recetas...	¿Qué parte utilizas más de Youtube?
133	Soy una chica	Sí	Es una aplicación que puedes usar para ver películas, youtubers, como arreglar algo etc	Karina y Marina, La diversión de Martina y trending girls	Videos de Recetas y música	Suscripciones
134	Soy una chica	Sí	Pues es una red social que sirve para ver videos de otras personas	GoDeik	Brawl stars	Buscador, Inicio
135	Soy una chica	Sí	Es una red social en la que puedes subir videos. PArá ver o para subir videos.	La diversión de Martina	De música y recetas de cocina	Buscador, Inicio
136	Soy una chica	Sí	Que hay un monton de videos que te explican muchas cosas. Para entretenerte.	Familia carameluchi, los famuluquis e Ideas en 5 minutosDe su vida, retos que hacen y sus rutinas		Buscador, Inicio
137	Soy una chica	Sí	Es para ver videos de otras personas y sirve para entretenerte reírte, divertirte ect	La diversión de Martina Alexity Silvia Sanchez	De su vida, retos que hacen y sus rutinas	Inicio, Suscripciones
138	Soy una chica	Sí	Es una plataforma digital que puedes ver videos de gente que quiere compartir emociones. Para divertirte un rato.	Mikecrack skabeche sparta 356	Sobre gameplays y retos locos	Buscador, Inicio
139	Soy una chica	Sí	Pues que es una red social en la que puedes ver lo que pasa día a día. Para ver videos.		De videojuegos y bailes	Inicio
115		Sí	En la aplicación puedes ver videos desde videos divertidos hasta trailers de películas	ElRubiusOMG, German Garmendia,AuronPlay	Videoreacciones	Inicio, Buscador
22	Soy un chico	Sí	Es una página en la que una persona puede disfrutar viendo y escuchando videos.	Vegetta777,willyrex,fargan	Videojuegos y música	Inicio, Suscripciones
23	Soy un chico	Sí	es una aplicación para ver videos	Yosoyplex, mikecrack gorgo_pro3	vlogs videojuegos	Inicio, Suscripciones
26	Soy un chico	Sí	Es una red social en la que la gente publica videos de lo que desee.	K1ng y Mateoz	Fortnite	Inicio
27	Soy un chico	Sí	Youtube es una red donde puedes ver videos que personas publican.	Rubius Z, Vegetta777 y Willyrex	Videojuegos y deportes	Inicio, Buscador
28	Soy un chico	Sí	Es una red en la que puedes subir contenido de casi todos los tipos y sirve para enseñar cosas de algo o para entretenerse	Vegetta Willirex y Fernanfloo	Videojuegos o recetas	Suscripciones
29	Soy un chico	Sí	Es una red social en la que creadores de contenido suben videos diferentes	Gona89, Ibai llanos, Thegref	Videojuegos, animaciones	Inicio, Explorar
30	Soy un chico	Sí	Youtube es un espacio de interacción social por medio de los videos para aprender nuevos conocimientos o entretenerse en el día a día y por cualquier dispositivo. Youtube es una red sociales donde con una cuenta de Google y puedes subir videos si tienes una cuenta	NASA, SpaceX y Apple	Espacio y tecnología	Inicio, Explorar, Buscador
35	Soy un chico	Sí	Esta red social sirve para ver a gente que sube contenido de videojuegos, su vida...	Mikecrack, Thegref y Aitorek	Se trata de videojuegos.	Inicio, Buscador
37	Soy un chico	Sí	Es una red social muy buena para que cuando no sepas hacer algo lo puedes buscar por youtube	Mikecrack, Godeik y el trollino	Gaming	Inicio, Suscripciones, Buscador
39	Soy un chico	Sí	Que es una red social en la que la gente sube videos y los que suben videos se llaman youtubers y hay videos de gracia, satisfacción, miedo etc..	auronplay, TheGref y fernanfloo	de gracia y de miedo	Inicio, Buscador
40	Soy un chico	Sí	es una red social en la que se pueden ver videos y crear tus propios videos.	Clipset, tecnonata y coches.net.	tecnología y coches.	Inicio
42	Soy un chico	Sí	Es una red social que sirve para ver videos	RACSO,el bauer,hiper	Fortnite,brawl stars,memes.	Inicio, Suscripciones, Buscador
46	Soy un chico	Sí	Es una red que tiene mucho contenido subido por otras personas. Puedes usarlo como medio de información o solo para el ocio.	Genial, Antrax y Anikilo Yt	Videos de clash royale y datos curiosos que no sabías.(son muy interesantes)	Inicio
50	Soy un chico	No	Esta red es muy entretenida cuando te estas aburriendo porque puedes ver muchas cosas jugadas de futbol, sirve para entretenerse	Thegrefg, YoSoyPlex, La Élite	Videojuegos, la vida del youtuber	Buscador

Registro de estudiantes	Selecciona:	¿Usas o has usado alguna vez Youtube?	Si la respuesta es sí, ¿Cómo describirías esta red social a alguien que no sepa lo que es? ¿Para qué sirve?	¿Cuáles son tus "youtubers" favoritos? Escribe 3:	¿Sobre qué trata el contenido que consumes en Youtube? Escribe los dos temas que más te gusten. Ej. bailes, recetas...	¿Qué parte utilizas más de Youtube?
53	Soy un chico	Sí	Para entretenerme y divertirme	Auron play, ibai y el rubius	Sobre videojuegos y deportes	Inicio, Suscripciones
59	Soy un chico	Sí	Es una red en la que se pueden publicar videos para el entretenimiento y el aprendizaje (a veces).	Mikecrack, Trollino y TheGrefg.	Videojuegos.	Buscador
62	Soy un chico	Sí	es una red social que te permite ver videos de cualquier cosa	Thegref Ampeter y Robleis	Videojuegos y datos curiosos	Inicio
64	Soy un chico	Sí	You Tube es una red social que te permite ver videos, hacer videos y muchas mas cosas.	TheGrefg, Vicens y Ampeterby 7	Videojuegos y retos	Explorar
65	Soy un chico	Sí	Es una plataforma que sirve para ver videos de la gente.	Thegrefg, Yosoyplex y Auronplay	De videojuegos y de aventuras	Buscador
66	Soy un chico	Sí	Es una red que sirve para ver videos de gente que sube videos.	Vegetta777, Willyrex, RobleisIUTU	De videojuego o reacciones de videos de risa	Inicio, Suscripciones, Buscador
70	Soy un chico	Sí	buE no pues esta red social es una que te deja ver videos	mikecrack, timbaVK y craoESP	braul star y roblox	Suscripciones, Buscador
74	Soy un chico	Sí	Es una aplicación en la que puedes ver videos	Robleis, Thegrefg y Amperby7	Videojuegos y viajes	Inicio
77	Soy un chico	Sí	Impresionante, para ver videos	The grefg, Ibai, Shoteer	Fortnite y blogs de su vida	Inicio, Suscripciones
78	Soy un chico	Sí	es una web social que te permite subir contenido decicado a gente de distintas edades	Thegrefg, Auronplay y robleis	videoblogs	Buscador
79	Soy un chico	Sí	sirve para ver el contenido de el youtuber	grefg,robleis y tarifa	sobre blogs o sobre juegos	Inicio
92	Soy un chico	Sí	ver viedos	lmdshow, chris smooove y alexelcapo	videojuegos, risa y baloncesto	Suscripciones
94	Soy un chico	Sí	Que es algo entretenido pero que tengan mucho cuidado por lo que puede aparecer	Llobeti4, Peereira7 y Nakoo	Fortnite y videos hablando	Buscador
95	Soy un chico	Sí	Es una plataforma en la que puedes ver videos o escuchar música	GoDeik TreborBS y Robleis	Videojuegos, y nada más	Inicio
98	Soy un chico	Sí	Una plataforma donde puedes ver videos como si fueran obras maestras que dan información y entretenimiento.	Warferdone, ElRich y Folagor03	Tops y videojuegos.	Inicio, Buscador
100	Soy un chico	Sí	Es una red social en la que puedes tener una cuenta en la que no tengas canal, pero puedes hacerte un canal para subir videos o directos, tienes que tener cuidado ya que hay gente que puede hacer cosas malas por lo que no tienes que dar información personal	Thegrefg, RickyEdit y Tayson.	De fortnite que es un videojuego y canciones.	Inicio, Explorar, Buscador
101	Soy un chico	Sí		Thegrefg, ampeterby7 y aradiroff	videojuegos en general fortnite y victoria 2 y fifa	Suscripciones, Buscador
102	Soy un chico	Sí	Es una red en la que ves a otras personas sin que esas personas no te vean.	Danirep, Vegetta777 y Willyrex.	Fortnite y GTA5	Inicio
112	Soy un chico	Sí	Sirve para ver videos sobre tutoriales, entretenimiento o información.	Vegetta777, Uve y Auronplay.	Gameplays y Comedia	Inicio
113	Soy un chico	Sí	Lo describiría así : Youtube es una plataforma donde puedes ver o subir videos.	Auronplay , Ruben sim y Zellendust.	Humor y juegos.	Suscripciones, Buscador
24	Soy una chica	Sí	Es una red en la que tu puedes ver videos de gente que le gusta subir videos. para entretenerse		canciones y baile y bromas	Buscador
25	Soy una chica	Sí	Tiene mucho tipo de contenido en formato de video	Lyna, Katie Angel y Chocoblox	Videojuegos y vlogs	Inicio, Suscripciones, Buscador
31	Soy una chica	Sí	Es una red social en la que te puedes crear un canal y hacer videos de cualquier tipo.	Lyna, Katie Angel y Lenay.	Sobre video-blogs o sobre videojuegos.	Inicio, Suscripciones

Registro de estudiantes	Selecciona:	¿Usas o has usado alguna vez Youtube?	Si la respuesta es sí, ¿Cómo describirías esta red social a alguien que no sepa lo que es? ¿Para qué sirve?	¿Cuáles son tus "youtubers" favoritos? Escribe 3:	¿Sobre qué trata el contenido que consumes en Youtube? Escribe los dos temas que más te gusten. Ej. bailes, recetas...	¿Qué parte utilizas más de Youtube?
32	Soy una chica	Sí	Sirve para subir contenido online o verlo de otros usuarios.		Suelo ver gameplays <3	Explorar, Suscripciones, Buscador
33	Soy una chica	Sí	Esta red social sirve para ver videos de distintas personas llamadas youtubers. Esta app la recomiendo mucho porque te puedes divertir, ver a tus youtubers favos y puedes adelantar pausar o atrasar el video.	Bueno aver favos no esque tenga ya casi no veo yt pero pues eligire a Lyna Vallejos, Anielica y Starluly	Bailes, frases, juegos y manualidades	Buscador
36	Soy una chica	Sí	sirve para ver videos	no tengo		Explorar
38	Soy una chica	Sí		Mr best , ibai y dream	reaccion y "gameplays"	Inicio, Buscador
41	Soy una chica	Sí	Pues ahí puedes encontrar mucho contenido interesante.	No tengo	A veces veo recetas, otras veces bromas y humor.	Explorar, Buscador
43	Soy una chica	Sí	Es una red sociales en la que la gente publica videos de distintos tipos y la gente los puede ver.		Videojuegos y Bailes	Inicio, Suscripciones
44	Soy una chica	Sí		No tengo 'youtubers' favoritos		Buscador
45	Soy una chica	Sí	Sirve para ver videos de lo que quieras, para entretenerte ect.	Lyna, Auroplay y Ibai	Sobre videojuegos y a veces comedia	Suscripciones
47	Soy una chica	Sí	Es una red en la cual personas suben videos de todo tipo de contenido como: música, recetas...etc	No tengo	De música	Inicio
48	Soy una chica	Sí	Ver videos de juegos o blogs	-	Juegos y blogs	Inicio, Suscripciones
49	Soy una chica	Sí	Sirve para ver videos, información, documentales...	Ve de forma variada YouTube y no tengo favoritos	Videojuegos y música	Buscador
54	Soy una chica	Sí	Sirve para ver videos de lo que más te guste, videojuegos, maquillaje, ropa, juguetes...	Gerogenotfound, Millie Bobby Brown y Noah Schnapp	Videojuegos y música	Inicio, Buscador
58	Soy una chica	Sí	Muy divertida	No tengo	Retos y días a días	Buscador
60	Soy una chica	Sí	Pues es útil para ver tutoriales de cosas que no sabes hacer, pero no es bueno estar mucho tiempo viendo videos porque provocan mucho vicio.		En el confinamiento buscaba bailes para hacer ejercicio en casa, pero normalmente no lo utilizo mucho.	Buscador
61	Soy una chica	Sí	Sirve para ver videos, ocio o algún tutorial sobre diferentes temas.	mikeckrack, supermanualidades y como se hace.	Sobre ocio, videojuegos, recetas y manualidades.	Explorar
68	Soy una chica	Sí	Es una red social en la que tu puedes buscar todo tipo de videos y directos.	Lyna, Rubius, Auronplay.	Trata de juegos.	Buscador
69	Soy una chica	Sí	Es una red social en la que puedes ver cualquier video , informarte, te ayuda a hacer cosas y saber más ...	Auronplay , el Rubius y KraoEsp	Sober videojuegos y bailes	Suscripciones
71	Soy una chica	Sí	Es una app en la que se pueden visualizar muchos tipos de videos como : tutoriales, video graciosos etc	Mikecrak, Raptorgamer y Sparta356	Minecraft y roblox	Suscripciones
72	Soy una chica	Sí	Esta red social consiste en una serie de canales en los q diversas personas suben distinto contenido. Pueden subir videos musicales , de terror , de comedia , tristes...	UVE, Auronplay y el rubius	Comedia y canciones	Inicio, Buscador
75	Soy una chica	Sí	Sirve para hacer o ver videos de lo que tu quieras	El mundo de Indy - Tremending girls y Jessica toca tuber	De mi juego favorito y de vidas cotidianas retos.....	Inicio, Suscripciones, Buscador
76	Soy una chica	Sí	es una red social de ocio en la que puedes ver videos de todo tipo.		Bailes, 24h y diarios	Inicio
96	Soy una chica	Sí	Es una Red Social la cual sirve para ver los videos que tu quieras. Puedes subir videos y tener un canal o solo ver videos sin publicar.	La Diversión de Martina. Ideas en 5 minutos. Ninguno mas.	Manualidades y de la vida de Martina, lo que hace, lo que le pasa etc...	Buscador
97	Soy una chica	Sí	Es una red social en las que se publican videos con diferente contenido.	La raki y no tengo más.	Sobre blogs o risas.	Explorar

Registro de estudiantes	Selecciona:	¿Usas o has usado alguna vez Youtube?	Si la respuesta es sí, ¿Cómo describirías esta red social a alguien que no sepa lo que es? ¿Para qué sirve?	¿Cuáles son tus "youtubers" favoritos? Escribe 3:	¿Sobre qué trata el contenido que consumes en Youtube? Escribe los dos temas que más te gusten. Ej. bailes, recetas...	¿Qué parte utilizas más de Youtube?
99	Soy una chica	Sí	El Youtube es una red social donde tu puedes ver videos de otras personas que tienen una cuenta y tu les puedes seguir.	La raki , Verdeliss	Sobre rutinas, recetas etc	Buscador
103	Soy una chica	Sí	Youtube es una red social donde youtubers (gente que sube videos) suben videos sobre comida, juegos etc	Vegetta 777, Willirex, Luzu	Juegos	Buscador
104	Soy una chica	Sí	es una red social muy entretenida donde ves videos de otras personas	no tengo	videos graciosos	Buscador
105	Soy una chica	Sí	Es una Red Social en la que puedes ver los videos que tu quieras.	La diversión de Martina, Bia y Ideas en 5 minutos.	Cnciones, bailes, manualidades y la vida de una persona	Buscador
106	Soy una chica	Sí	Es una red social que permite ver el contenido de los creadores de esta plataforma. También puedes interactuar suscribiendote a los diferentes canales, dando me gusta a los videos o comentando en ellos.	Auronplay, Thegref e Ibai llanos	De streamers jugando a videojuegos o haciendo bromas	Inicio
107	Soy una chica	Sí	Esta es una red social en la que puedes encontrar muchos medios de diversión, aprendizaje, música, etc. Pero también hay que aprender a seleccionar el contenido que queremos ver.	Auronplay, Vivziepop, La Nym, etc.	Animación, anime, humor, terror, videojuegos, etc.	Buscador
108	Soy una chica	Sí	Es una red en la que tienes que tener cuidado con lo que utilizas y con lo que subes a la red.	Tayson, Thegrefg y RickyEdit	Fortnite y canciones.	Inicio, Explorar, Buscador
109	Soy una chica	Sí	Para subir videos y que lo vea gente de todo el mundo.	No tengo	Escuchar música	Buscador
110	Soy una chica	Sí	Una red social muy útil, es como google pero te lo explica a través de videos. También lo puedes utilizar para escuchar música etc...	Auronplay, Wismichu y Naim Darrechi	Música y videos de comedia.	Buscador
111	Soy una chica	Sí	Es una red social muy divertida en la que puedes escuchar música, ver videojuegos o para ver videos ya sea de matemáticas u otras materias.	Auronplay, Ibai, Robleis.	Videojuegos y música	Buscador
15	Soy un chico	Sí	La describiría como entretenimiento, sirve para ver videos/directos de juegos que te gusten	No tengo favoritos	Gameplays de Fortnite y Freestyle	Inicio, Suscripciones
16	Soy un chico	Sí	Puedes ver videos sobre famosos y para hacer algún trabajo	Tejiendo Thegref Ampiter	Videos para jugar mejor y bailes de fortnite	Inicio
17	Soy un chico	Sí	Sirve para ver videos de gente desconocida	Mikecrack	Videojuegos y deportes	Buscador
93	Soy un chico	Sí	Es para ver videos de otras personas	yosoyplex ,magik y creativesergi	animales y videojuegos	Buscador
9	Soy una chica	Sí		Sirve para buscar información cuando necesites arreglar algo	Gimnasia	Buscador
12	Soy una chica	Sí	YouTube sirve para ver videos y directos	Trollino, Invicto, TimbaVK	Miinecraft y tutoriales	Inicio
13	Soy una chica	Sí	YouTube es una plataforma que sirve o bien para ver videos de cualquier cosa o para hacer tú los videos, es una Red social gratis amenos que compres YouTube premium que hai tienes que pagar, pero no es obligatorio comprarlo	Mr. ds4, arsilex y tanqR	Videojuegos y retos	Inicio, Explorar
14	Soy una chica	Sí	YouTube es una plataforma que sirve o bien para ver videos de cualquier cosa o para hacer tú los videos, es una Red social gratis amenos que compres YouTube premium que hai tienes que pagar, pero no es obligatorio comprarlo	Mr. ds4, arsilex y tanqR	Videojuegos y retos	Inicio, Explorar
18	Soy una chica	Sí	Sirve para conocer mas cosas y puedes ganar dinero.	Mati Spano, Genial, Domelipa.	diversion , baile, acertigos.	Explorar, Buscador
19	Soy una chica	Sí	Pues la describiría que es una Red social para ver documentales, noticias, dibujos, recetas, etc...	No conozco a nadie por que no veo a ningún YouTuber	Dibujos y documentales	Buscador
20	Soy una chica	Sí	Para ver videos como de cosas educativas, ideas y juegos.	No tengo ningún YouTuber favorito porque no veo ninguno de esos canales	Sobre ideas, sobre todo.	Inicio
124	Soy una chica	Sí	Es una red social de videos que sirve para aprender si se usa correctamente.	No conozco ningún youtuber	Minecraft	Buscador

Registro de estudiantes	Selecciona:	¿Usas o has usado alguna vez Youtube?	Si la respuesta es sí, ¿Cómo describirías esta red social a alguien que no sepa lo que es? ¿Para qué sirve?	¿Cuáles son tus "youtubers" favoritos? Escribe 3:	¿Sobre qué trata el contenido que consumes en Youtube? Escribe los dos temas que más te gusten. Ej. bailes, recetas...	¿Qué parte utilizas más de Youtube?
3	Soy un chico	Sí	Es una red social en la que la gente puede hacer vídeos exponiendo temáticas diferentes. Desde temas divulgativos hasta tonterías. Diría que es bastante útil pues es como una "segunda televisión" donde puedes ver vídeos sobre temas variados.	No tengo ninguno en especial pero voy a decir 3 canales que veo Drafeados Nba en español Genial ¿Y si? Aunque en realidad veo muchos más pero no soy suscriptor de ninguno.	Deporte y curiosidades sobre todo aunque hay más.	Inicio, Buscador
4	Soy un chico	Sí	Es una plataforma en la que puedes visualizar vídeos. Sirve para aprender con vídeos educativos o entretenerse un poco.	Ninguno	informática	Buscador
6	Soy un chico	Sí	Es una página web en la que la gente cuelga videos para que todo el mundo lo pueda ver	no tengo	jugadas de futbol	Buscador
1	Soy una chica	Sí	sirve para ver vídeos con diferente contenido	susi profe, auronplay y ibai	contenido que me ayuda a estudiar, videos de risa y reacciones	Explorar
5	Soy una chica	Sí	Es una aplicación en la que tu puedes ver videos como de canciones, ver el tiempo...	Sebastian Yatra, Aitana y Avril Lavigne	Canciones, bailes.	Inicio
7	Soy una chica	Sí	Para ver vídeo	Mikecrak, Valeria show, Vale gacha	Gacha club, juegos	Inicio, Buscador
8	Soy una chica	Sí	Para ver vídeos	Valeria show, Ema fujillosa, Vale gacha	Gacha club	Inicio, Suscripciones, Buscador
10	Soy una chica	Sí	Sirve para entretenerse con algunos videos de todo tipo	Auronplay	Videos de risa, juegos, manualidades, chistes	Explorar
11	Soy una chica	Sí	Para ver vídeos	Valeria show, Ema fujillosa, Vale gacha	Gacha club	Inicio, Suscripciones, Buscador



Registro de estudiantes	Selecciona:	¿Usas o has usado alguna vez Instagram?	¿Cómo describirías esta red social a alguien que no sepa lo que es? ¿Para qué sirve?	¿Cuáles son tus “instagramers” favoritos?	¿Qué partes de instagram te gusta más? Selecciona dos.	¿Sobre qué trata el contenido que consumes en Instagram? Escribe los dos temas que más te gusten.
51	Soy un chico	Sí	sirve para enviar fotos o videos que vives en el momento para que la gente lo pueda ver y decir que piensan.	no tengo ninguno.	Explorar / buscador	anuncios de juegos o youtubers.
52	Soy un chico	Sí				
57	Soy un chico	No				
63	Soy un chico	Sí	ver fotos de famosos		Feed / publicaciones	fotos
67	Soy un chico	No				
73	Soy un chico	No				
80	Soy un chico	Sí	ver fotos	lebron james	Historias/ stories	baloncesto
81	Soy un chico	No				
83	Soy un chico	No				
84	Soy un chico	No				
88	Soy un chico	No				
89	Soy un chico	No				
90	Soy un chico	No				
91	Soy un chico	No				
117	Soy un chico	No				
120	Soy un chico	No				
122	Soy un chico	No				
140	Soy un chico	No				
141	Soy un chico	No				
142	Soy un chico	No	Instagram es una app de fotos para selfies			
143	Soy un chico	No				
144	Soy un chico	No				
145	Soy un chico	Sí	Pues es donde gente famosa hace fotos y historias	Vinicius Jr y Lola Lolita y Marta Díaz	Historias, Explorar, Publicaciones	Sobre fotos y stories
146	Soy un chico	Sí	Red social en la cual tu ves stories de otra gente y creas las tuyas	Ibai, thegrefg	Historias, Feed	Fotos Stories
147	Soy un chico	No				
148	Soy un chico	Sí	Es muy divertida y sirve para hacer fotos y para hacer historias hablando de lo que tu quieras	Ibai, Auronplay, Xbuyer	Historias	Fotos e historias
149	Soy un chico	Sí	Sirve para ver historias y fotos de toda la gente	Hiperop	Historias, Feed	
150	Soy un chico	Sí pero lo usa mi madre y yo lo veo	Es una red social para ver vídeos, fotos de otras cosas	No tengo	Historias, Reels	Gatitos y vídeos gracioso
151	Soy un chico	No		Marta Díaz , elashow		
152	Soy un chico	Sí	Mandas fotos e historias sobre tu vida		Historias	
153	Soy un chico	No				
154	Soy un chico	No				
155	Soy un chico	No				

Registro de estudiantes	Selecciona:	¿Usas o has usado alguna vez Instagram?	¿Cómo describirías esta red social a alguien que no sepa lo que es? ¿Para qué sirve?	¿Cuáles son tus “instagramers” favoritos?	¿Qué partes de instagram te gusta más? Selecciona dos.	¿Sobre qué trata el contenido que consumes en Instagram? Escribe los dos temas que más te gusten.
156	Soy un chico					
157	Soy un chico	Sí	Hacer fotos, ver fotos	Messi	Historias, Feed	
158	Soy un chico	No				
159	Soy un chico	sí	Una app para fotos	The grefg, Ibai, Auron	Historias, Publicaciones	Videojuegos, fotos
160	Soy un chico	No				
21	Soy una chica	No				
34	Soy una chica	No	no se	no utilizo esta aplicacion		
55	Soy una chica	No				
56	Soy una chica	No				
82	Soy una chica	No				
85	Soy una chica	No				
86	Soy una chica	No				
87	Soy una chica	No				
114	Soy una chica	No				
116	Soy una chica	No				
118	Soy una chica	No				
119	Soy una chica	No				
121	Soy una chica	No				
123	Soy una chica	No	tienes una cuenta y puedes subir historias y fotos			
125	Soy una chica	Sí	Te haces fotos, vídeos, blogs, historias, directos par que la gente los vea y tú verlos a ellos/ellas.	La chicabona, Angela marmol, fabiomz.	Histotias, explorar/buscador	Fotos, directos
126	Soy una chica	No				
127	Soy una chica	Sí	Sirve para ver fotos de otras personas	Marta Díaz , elashow	Historias, Reels	Fotos y videos
128	Soy una chica	No				
129	Soy una chica	Sí	Sirve para ver información fotos y más	Angela marmol, domelioa y el Rod Contreras		Fotos y información
130	Soy una chica	No				
131	Soy una chica	Sí (el de mi madre)	Una red social el la que subes historias para compartir con quien tu quieras.	María pombo, Tamara Gorro y Marta Díaz	Historias/explorar	Vida y bailes
132	Soy una chica	No				
133	Soy una chica	No			Reels	
134	Soy una chica	No	Es una red social que sirve para publicar fotos o videos			
135	Soy una chica	sí	Es una red social en la que se pueden subir y leer fotos y videos.Para ver fotos y videos y subirlos.	No tengo	Feed / publicaciones	
136	Soy una chica	No				
137	Soy una chica	Sí			Historias, Feed	
138	Soy una chica	Sí	Un contenido de fotos y videos. Para compartir cosas que te gustan	Eddy sk, Bryan sk, raptorgamer_24		

Registro de estudiantes	Selecciona:	¿Usas o has usado alguna vez Instagram?	¿Cómo describirías esta red social a alguien que no sepa lo que es? ¿Para qué sirve?	¿Cuáles son tus “instagramers” favoritos?	¿Qué partes de Instagram te gusta más? Selecciona dos.	¿Sobre qué trata el contenido que consumes en Instagram? Escribe los dos temas que más te gusten.
139	Soy una chica	No				
115		No				
22	Soy un chico	No	No sé lo que es			
23	Soy un chico	No				
26	Soy un chico	Sí	es una red donde la gente publica fotos e historias	el real madrid esq ns	Historias/ stories, Feed / publicaciones	sobre gente q conozco
27	Soy un chico	Sí	Es una red social donde ves breves videos de gente y puedes agregar a amigos y chatear		Historias/ stories	Sobre deportistas y equipos de baloncesto
28	Soy un chico	Sí	Fotos		Historias/ stories	
29	Soy un chico	No				
30	Soy un chico	Sí	Instagram es una red social del conglomerado de empresa Facebook y sirve, principalmente, para subir fotos e historias para fines comerciales o personales	NASA, @SpacecampUSA, Harvard University	Feed / publicaciones	Espacio y aprendizaje
35	Soy un chico	No				
37	Soy un chico	No				
39	Soy un chico	No				
40	Soy un chico	Sí	una red social en la que colga fotos o comentarios, tambien verlos.	no tengo.	Historias/ stories, Explorar / buscador	nada
42	Soy un chico	Sí		elmenda_2016	Historias/ stories, Feed / publicaciones	Fotos de paisajes
46	Soy un chico	No				
50	Soy un chico	No		ericruiz	Historias/ stories, Feed / publicaciones	videos fotos
53	Soy un chico	No	Puedes ver videos de personas y de tus amigos y chatear con ellos	No tengo	Historias/ stories, Feed / publicaciones	No subo
59	Soy un chico	No				
62	Soy un chico	No				
64	Soy un chico	No	No se	No tengo	Historias/ stories, Reels	No lo utilicé
65	Soy un chico	No				
66	Soy un chico	Sí	Gente que sube fotos suyas	Naimdarrechi	Historias/ stories, Reels, Feed / publicaciones	De fotos favoritas
70	Soy un chico	No	-----	no se		no se
74	Soy un chico	Sí	Hay fotos de famosos y videos	Lit Khila	Reels	Fotos
77	Soy un chico	Sí	Interesante, para ver fotos	Erling Halaand	Historias/ stories, Explorar / buscador	Musica y fotos
78	Soy un chico	Sí	web social para subir fotos o videos	no tengo	Historias/ stories	fotos y videos
79	Soy un chico	Sí	para ver las historias o contenido de tus amigos	no se	Historias/ stories	sobre stories
92	Soy un chico	Sí	ver noticias y compartir el dia a dia		Historias/ stories	
94	Soy un chico	No				
95	Soy un chico	Sí	Es una plataforma en la que puedes ver videos y fotos	TreborBS y Robleis	Historias/ stories	Videojuegos
98	Soy un chico	No				
100	Soy un chico	No				
101	Soy un chico	No				

Registro de estudiantes	Selecciona:	¿Usas o has usado alguna vez Instagram?	¿Cómo describirías esta red social a alguien que no sepa lo que es? ¿Para qué sirve?	¿Cuáles son tus “instagramers” favoritos?	¿Qué partes de instagram te gusta más? Selecciona dos.	¿Sobre qué trata el contenido que consumes en Instagram? Escribe los dos temas que más te gusten.
102	Soy un chico	No				
112	Soy un chico	Sí	Es una red social para ver gente mediante fotos, videos e historias.	Vegetta777, Willyrex y no recuerdo más.	Historias/ stories	No se
113	Soy un chico	No				
24	Soy una chica	Sí		Ángela Mármol	Historias/ stories, Feed / publicaciones	historias y bailes
25	Soy una chica	Sí	sirve para ver fotos y subirlas tú		Historias/ stories	
31	Soy una chica	Sí	Es una red social en la que puedes ver las fotos que publican otras personas del mundo.	Dulceida.	Historias/ stories	Sobre manualidades y ropa.
32	Soy una chica	Sí	Conocer gente, subir fotos, historias, hacer directos...		Historias/ stories, Feed / publicaciones	Suelo seguir gente que no solo se dedica a instagram , por ejemplo aparte usan twich, twitter, utube
33	Soy una chica	No	no lo se	no tengo		no tengo porq no lo uso
36	Soy una chica	No		no tengo		
38	Soy una chica	Sí		The rock (la roca)	Historias/ stories, Feed / publicaciones	
41	Soy una chica	No	No lo tengo			
43	Soy una chica	Sí	Red sociales en la que puedes subir historias y fotos.	No tengo	Historias/ stories	Historias de amigos
44	Soy una chica	Sí		Andrea Palazón	Historias/ stories, Reels	Diarios
45	Soy una chica	Sí	Sirve para ver o subir fotos a tu cuenta personal o puedes ver las fotos de otras personas o ver sus historias, que son como fotos instantaneas.	No tengo, ya que hay mucho creadores y no me suele gustar alguno en general.	Historias/ stories, Feed / publicaciones	Sobre ropa y bailes
47	Soy una chica	Sí	sirve para subir contenido: fotos, historias, reels...etc	ninguno	Historias/ stories, Reels	Reels de musica y fotos
48	Soy una chica	Sí	Para hablar y publicar historias, reels y publicaciones	-	Historias/ stories	De las personas que sigo
49	Soy una chica	Sí	Es una red social que compartes publicaciones y puedes ver las de otras persona	Rivers, Andrea y addison	Historias/ stories	Fotos y videos variados, segun como navege
54	Soy una chica	Sí	ves fotos de la gente que sigues	Måneskin, Millie Bobby Brown y Sissy	Feed / publicaciones	Fotos, ranas y percings
58	Soy una chica	Sí	Mola mucho y es divertida	Todos	Historias/ stories	Historias
60	Soy una chica	No				
61	Soy una chica	No				
68	Soy una chica	No				
69	Soy una chica	Sí	Es una red social en la que puedes ver fotos de tu amigos, famosos etc...	Marta Diaz Y mis amigos	Historias/ stories	Sobre las fotos de mia amigos
71	Soy una chica	Sí	Puedes colocar lo que haces a cada rato o cuando quieras.	No tengo	Historias/ stories	Fotos de cantantes
72	Soy una chica					
75	Soy una chica	Sí	Sirve para hacer directos subir historias y fotos	Angela marmol - monica moran - lolalolita	Historias/ stories, Feed / publicaciones	De fotos
76	Soy una chica	Sí	Entretenida y te permite estar en contacto con tus amigos		Historias/ stories	
96	Soy una chica	No	No tengo Instagram	No tengo porque no uso Instagram		No tengo Instagram
97	Soy una chica	Sí	Sirve para subir videos y fotos con filtros.	La verdad es que no tengo ya que sigo solo a mis amigos.	Historias/ stories	Sobre fotos de mis amigos.
99	Soy una chica	No	No lo se	No utilizo esta red.		

Registro de estudiantes	Selecciona:	¿Usas o has usado alguna vez Instagram?	¿Cómo describirías esta red social a alguien que no sepa lo que es? ¿Para qué sirve?	¿Cuáles son tus “instagramers” favoritos?	¿Qué partes de Instagram te gusta más? Selecciona dos.	¿Sobre qué trata el contenido que consumes en Instagram? Escribe los dos temas que más te gusten.
103	Soy una chica	No				
104	Soy una chica	No	no la uso	no tengo		no se
105	Soy una chica	No				
106	Soy una chica	No				
107	Soy una chica	Sí	No la uso mucho, así que no puedo decir nada al respecto, es más, ni siquiera estoy registrada, simplemente la he usado un par de veces.	@angiefluffybootz, @paloma veitez	Explorar / buscador	Sobre anime, series o videojuegos.
108	Soy una chica	No				
109	Soy una chica	Sí	Es una aplicación que sirve para subir fotos y videos.	no tengo.	Historias/ stories, Feed / publicaciones	Fotos y videos
110	Soy una chica	Sí	Puedes ver muchas cosas como fotos etc... O te puedes informar de algun problema entre influencers.	En general ninguno pero si que recomendaria ricard.perez.	Historias/ stories, Feed / publicaciones	Ver fotos de la gente.
111	Soy una chica	Sí	no sabría q decir	Naim Darrechi	Historias/ stories, Reels	reels de perros
15	Soy un chico	No				
16	Soy un chico	No				
17	Soy un chico	No				
93	Soy un chico	No				
9	Soy una chica	No	No se para que sirve	No tengo	Explorar / buscador	No tengo contenido
12	Soy una chica	No				
13	Soy una chica	No				
14	Soy una chica	No				
18	Soy una chica	No	Sirve para conocer a mas personas	no tengo	Historias/ stories, Feed / publicaciones	
19	Soy una chica	No	Es una Red social que publican fotos y sirve para visualizar las fotos de los otros usuarios.			
20	Soy una chica	No	No sé lo para qué sirve.	No me gusta ninguno porque no lo tengo.	Feed / publicaciones	Sobre nada porque no la utilizo.
124	Soy una chica	No				
3	Soy un chico	No				
4	Soy un chico	No				
6	Soy un chico					
1	Soy una chica	Sí	una red para subir fotos y historias que son videos para que la gente sepa lo que haces	naimdarrecho, ykaar y billieeilish	Historias/ stories, Feed / publicaciones	de musica y polemicas
2	Soy una chica	Sí	Sirve para publicar fotos y ver cosas de otras personas.	No tengo	Historias/ stories, Explorar / buscador, Feed / publicaciones	De fútbol
5	Soy una chica	No				
7	Soy una chica	No				
8	Soy una chica	No				
10	Soy una chica	No				
11	Soy una chica	No				

Registro de estudiantes	Selecciona:	¿Usas o has usado alguna vez Twitch?	¿Cómo describirías esta red social a alguien que no sepa lo que es? ¿Para qué sirve?	¿Cuáles son tus "streamers" favoritos? Escribe 3	¿Qué partes de Twitch usas más? Selecciona dos.	¿Sobre qué trata el contenido que consumes en Twitch? Escribe los dos temas que más te gusten.
51	Soy un chico	Sí	sirve para reirte mientras ves los videos en directo de la gente que te gustan los videos mientras sigues un chat en directo con gente diciendo que les parece y aveces hay votaciones	Rubius, Spreen y cristinini.	Explorar	juegos y entrevistas a youtubers
52	Soy un chico	Sí			Esports	
57	Soy un chico	Sí	ver directos de gente		Esports	videojuegos
63	Soy un chico	Sí	ver directos	aitork	Buscador	videojuegos
67	Soy un chico	Sí	ver directos		Esports	videojuegos
73	Soy un chico	Sí	ver directos		Buscador	videojuegos
80	Soy un chico	Sí	ver directos		Buscador	videojuegos
81	Soy un chico	Sí	ver directos	thegref, ibai	Buscador	videojuegos
83	Soy un chico	No				
84	Soy un chico	No				
88	Soy un chico	Sí	ver directos y vivir de ello	papigabi, mrkerolo		videojuegos y retos
89	Soy un chico	No				
90	Soy un chico	Sí	ver directos	ibai, sujas, elprofesor	Esports	videojuegos y torneos
91	Soy un chico	No				
117	Soy un chico	Sí	para ver a youtubers en directo jugando o hablando de algo	trebor, folagor ibai	Buscador	bralw stars y pokemon
120	Soy un chico	No				
122	Soy un chico	No				
140	Soy un chico	Sí	Para ver directos	Yosoyplex	Explorar, Buscador	Ver a Uve de juegos y aplex de videos de terror
141	Soy un chico	No				
142	Soy un chico	Sí	App para ver videos graciosos		Explorar, Buscador	Fornite, Aprende con Panda y cut the rope
143	Soy un chico	No				
144	Soy un chico	No				
145	Soy un chico	Sí	Es como youtube pero en otra plataforma	Ibai, Thegrefg y Agustin 51	Explorar, música	Juegos y magia
146	Soy un chico	Sí	Red social en la cual ves directos de otros streamers y creas tus directos	Ibai, Diegolgtu, The gref	Esports, buscador	Videojuegos, deporte
147	Soy un chico	Sí		Sergiocrac99, MrKeroro 10	Explorar	Hablar por el chat y participar en los sorteos que hacen los canales.
148	Soy un chico	Sí		Ibai, Auronplay y Sergiocram	Esports	Videojuegos y reacciones a videos
149	Soy un chico	Sí	Sirve para ver directos de todos los tipos	Spursite, hiperop, Thegrefg	Explorar, Buscador	Charlando y gameplays
150	Soy un chico	Sí	Es para ver directos de otras personas	Ibai, Auronplay y no tengo más	Explorar, Buscador	Gameplays y reacciones a cosas
151	Soy un chico	Sí	Solo se hacen directos y muy largos, sirve para entretenerse	Ibai, thegref y ampeter	Explorar, Buscador	Directos de videos de risa con gente haciendo retos
152	Soy un chico	Sí	Normalmente son directos de videojuegos	Ampetir, The grefg	Explorar, Esports	De videojuegos

Registro de estudiantes	Selecciona:	¿Usas o has usado alguna vez Twitch?	¿Cómo describirías esta red social a alguien que no sepa lo que es? ¿Para qué sirve?	¿Cuáles son tus "streamers" favoritos? Escribe 3	¿Qué partes de Twitch usas más? Selecciona dos.	¿Sobre qué trata el contenido que consumes en Twitch? Escribe los dos temas que más te gusten.
153	Soy un chico	No				
154	Soy un chico	Sí	Para compartir contenido en directo	No tengo	Explorar, Buscador	Videjuegos
155	Soy un chico	Sí	Es una app donde se suele llenar de directos y algunos vídeos	Llobeti4, the grefg	Esports	Videjuegos
156	Soy un chico	sí	Es una aplicación como youtube pero solo se graban directos	Ibai, Auron, Robert PG	Explorar, Buscador	Sobre videjuegos y futbol
157	Soy un chico	Sí	Para ver directos	Grefg	Música, Buscador	
158	Soy un chico	Sí		lapeceratonta	Esports, Buscador	Juegos
159	Soy un chico	Sí	Una app para ver directos	The Grefg, Ibai, Auron	Explorar, Esports	Videjuegos
160	Soy un chico	No				
21	Soy una chica					
34	Soy una chica	Sí	para ver directos	ibay auronplay y missasinfonia	Buscador	juegos y tonterias
55	Soy una chica	No				
56	Soy una chica	No				
82	Soy una chica	No				
85	Soy una chica	No				
86	Soy una chica	Sí	ver directos	makina, fesback	Buscador	videjuegos
87	Soy una chica	No				
114	Soy una chica	No				
116	Soy una chica	No				
118	Soy una chica	No				
119	Soy una chica	No				
121	Soy una chica	No				
123	Soy una chica	No	para ver directos y videos de youtubers	thegrefg,robleis,rubius		
125	Soy una chica	No				
126	Soy una chica	No				
127	Soy una chica	No				
128	Soy una chica	No				
129	Soy una chica	No				
130	Soy una chica	No				
131	Soy una chica	Sí	Parecido a youtube , una red en la que suben videos para que tu los veas	Auron , Ibai y no tengo más	Explorar, música	Consolas y videjuegos
132	Soy una chica	No				
133	Soy una chica				Música	
134	Soy una chica	Sí	Es una red social que sirve para ver directos	No tengo		
135	Soy una chica	No				
136	Soy una chica	No				
137	Soy una chica	Sí			Esports, Música	

Registro de estudiantes	Selecciona:	¿Usas o has usado alguna vez Twitch?	¿Cómo describirías esta red social a alguien que no sepa lo que es? ¿Para qué sirve?	¿Cuáles son tus "streamers" favoritos? Escribe 3	¿Qué partes de Twitch usas más? Selecciona dos.	¿Sobre qué trata el contenido que consumes en Twitch? Escribe los dos temas que más te gusten.
138	Soy una chica	Sí	De directos de personas	Gemita, sparta346 y Flexvega	Explorar, Buscador	De videojuegos y recetas
139	Soy una chica	No				
115		Sí	Es una aplicacion para ver directos	rebornlive , ibai y UVESITOOO	Buscador	Trata sobre juegos sobretodo , juegos y videoreacciones
22	Soy un chico	No	No sé como funciona			
23	Soy un chico	No				
26	Soy un chico	Sí	unaa red donde la gente ace directos	Ibai auronplay y mayeoZ	Explorar, Esports	fortnite y comedia
27	Soy un chico	Sí	Es una red donde puedes ver directos de streamers	Ibai, Auronplay y Aroyitt	Explorar, Esports	Sobre videojuegos
28	Soy un chico	Sí	Es una red que sirve para entretenerse con gente en directo	Jcorko_ DessT3 Spursito	Buscador	Juegos y charlas con gente
29	Soy un chico	Sí	Creadores de contenido hacen directos-streams con de videojuegos mayoritariamente	Ibai llanos, Thegref, Auronplay	Explorar, Buscador	Videojuegos.
30	Soy un chico	No				
35	Soy un chico	Sí	Es una red social donde solo se pueden hacer directos, o sea lo que está haciendo la gente en ese mismo momento.	Aldojuarez, Zenik_79 y Thegref.	Explorar	Videojuegos.
37	Soy un chico	No				
39	Soy un chico	Sí	Que es divertida y sirve para ver videos	ibai, bibiruzz y ampeter	Música	
40	Soy un chico	No	es para ver directos	no se	Explorar, Buscador	nada
42	Soy un chico	Sí	Una red social para hacer directos.	MateoZ,Markilocuras,Auronplay.	Explorar, Esports	
46	Soy un chico	Sí	solo entre a mirar una cosa pero, es un estilo tik tok solo que con gente muy famosa a los de twitch se les llama streamers y algunos son pequeños y otros grandes.	No tengo, no lo suelo ver.	Esports, Música	LOs que vi un poco de baloncesto, y de clash royale o brawl stars
50	Soy un chico	Sí	Que es muy entretenida Para no estar aburrido	Ibai, Suja Thegrefg	Esports	vidiojuegos, partidos
53	Soy un chico	Sí	Puedes ver videos y es una red social parecida a youtube y es en directo	No tengo	Esports, Buscador	Videojuegos y deportes
59	Soy un chico	No				
62	Soy un chico	Sí	Es como youtube	Thegref Trebor y Ampeter	Explorar	Videojuegos y datos curiosos
64	Soy un chico	Sí	Sirve para ver directos.	Ibai, TheGrefg y Ninja	Esports, Buscador	No se
65	Soy un chico	Sí	Es un aplicacion que se usa para hacer directos sobre videojuegos etc	Thegrefg, Thexal04	Buscador	Fortnite
66	Soy un chico	Sí	Gente que hace directos jugando a juegos	TheGrefg	Explorar, Esports, Buscador	De videos de TheGrefg
70	Soy un chico	No	no se	no se		no se
74	Soy un chico	Sí	Hay videos y directos	Ampeterby7, Agustin51 y Tekendo	Buscador	Videojuegos
77	Soy un chico	Sí	Importante y entretenida	Ibai,Grefg y Ampeter	Música, Buscador	Musica y fortnite
78	Soy un chico	Sí	una web social donde podras entrar a los directos de otra gente y divertirte	Thegrefg, Auronplay y Ibai	Explorar, Buscador	juegos
79	Soy un chico	Sí	red para ver como juegan la gente que estrimea en twitch	ns	Esports	sobre videos
92	Soy un chico	No				
94	Soy un chico	Sí	Es una app muy entrenida en la que te puedes encontrar grandes directos	Llobeti4, Suja y Xplash	Esports	Fortnite y Just Chating



Registro de estudiantes	Selecciona:	¿Usas o has usado alguna vez Twitch?	¿Cómo describirías esta red social a alguien que no sepa lo que es? ¿Para qué sirve?	¿Cuáles son tus "streamers" favoritos? Escribe 3	¿Qué partes de Twitch usas más? Selecciona dos.	¿Sobre qué trata el contenido que consumes en Twitch? Escribe los dos temas que más te gusten.
95	Soy un chico					
98	Soy un chico	Sí	Una plataforma donde puedes ver a tus youtubers favoritos pero en twitch además de poder ver a tus amigos en directo mientras tu le das tus moneditas.	FolagorStream, Rubius y AuronPlay (twitch)	Buscador	Videojuegos
100	Soy un chico	Sí	Esta red social se utiliza para hacer directos y tienes que tener cuidado con la información que subes y si te creas cuenta tienes canal.	Thegrefg, Tayson y RickyEdit.	Explorar, Buscador	De fortnite y de directos de que los streamers hablan con el chat.
101	Soy un chico	Sí	es una red social donde puedes hacer directos y interactuar con el chat y hablar con tus amigos agregándolo y puedes mediante el susurro hablar con tus amigos y mediante los bits mientras haces directos puedes ganar dinero y también mediante las suscripciones donde esas personas obtienen ventajas como emojis en esos canales donde este suscrito esa persona.	Javalafaba, Thegrefg y benjyfishy.	Explorar, Buscador	videojuegos solo fortnite.
102	Soy un chico	Sí	Es una red social en la que una persona sube un video en directo y ora persona lo ve cuando quiera.	Sarpin, papachetado y nikitonipongo.	Explorar	
112	Soy un chico	Sí	Es una plataforma de directos de variados temas.	Auronplay, Ibai y Thegrefg.	Buscador	Gameplays y eventos
113	Soy un chico	Sí	Lo describiría diciendo que Twitch es una plataforma en la que puedes retransmitir cosas como por ejemplo juegos.	Auronplay , Perxita y Ibai	Explorar, Buscador	Juegos y humor
24	Soy una chica	Sí				
25	Soy una chica	Sí	sirve para ver videos en directo	lulypop , ibai y staryuukiii		videojuegos y just chatting
31	Soy una chica	Sí	Son directos que hace la gente sobre videojuegos.	Laia Oli, Lenay y Lyna.	Explorar, Música	Sobre música y sobre videojuegos.
32	Soy una chica	Sí	Unirte a gupos , hacer directos...		Explorar, Esports, Música	Cosas random y gameplays
33	Soy una chica	No	ns	no tengo no lo veo		ns no lo he usado
36	Soy una chica	No		no tengo		
38	Soy una chica	Sí	es como youtube pero el contenido suele ser en directos	ibai elrubius y revent	Esports, Buscador	reacciones y "gameplays"
41	Soy una chica	No	No lo tengo.			
43	Soy una chica	Sí	Red social en la que puedes ver cosas en directo.	No tengo	Explorar, Buscador	Partidos de baloncesto
44	Soy una chica	Sí				Partidos de baloncesto
45	Soy una chica	No				
47	Soy una chica	Sí	Para hacer y ver directos	no lo veo mucho por lo tanto no tengo	Esports	directos de personas que juegan a videojuegos
48	Soy una chica	Sí	Plataforma de directos	-	Explorar	Gameplays
49	Soy una chica	No	Para hacer directos y hacer publicaciones	Ibai, Auronplay y nadie mas porque no le uso	Buscador	No tengo, pero si lo tuviese seria fotos y contenidos variados
54	Soy una chica	No				
58	Soy una chica	Sí	No mola mucho	No se	Música	----
60	Soy una chica	No				
61	Soy una chica	No				
68	Soy una chica	No				

Registro de estudiantes	Selecciona:	¿Usas o has usado alguna vez Twitch?	¿Cómo describirías esta red social a alguien que no sepa lo que es? ¿Para qué sirve?	¿Cuáles son tus "streamers" favoritos? Escribe 3	¿Qué partes de Twitch usas más? Selecciona dos.	¿Sobre qué trata el contenido que consumes en Twitch? Escribe los dos temas que más te gusten.
69	Soy una chica	Sí	Sirve para ver directos de las personas	Auronplay	Esports, Música	De videojuegos
71	Soy una chica	No	No la he utilizado nunca	No tengo		No lo tengo
72	Soy una chica					
75	Soy una chica	No	No lo se nunca entre	No conozco ninguno	Música	Musica
76	Soy una chica	No				
96	Soy una chica	No	No tengo twitch	No tengo porque no tengo twitch		No consumo
97	Soy una chica	No	No lo se no lo utilizo.	No lo utilizo.	Buscador	No lo utilizo.
99	Soy una chica	No	No lo se	No tengo esta red		
103	Soy una chica	Sí	Esta red social sirve para hacer directos y la gente te dinero	Ibai, el Rubius y no me acuerdo	Buscador	Juegos y no tengo otro
104	Soy una chica	No	no se	no tengo		no tengo
105	Soy una chica	No				
106	Soy una chica	Sí	Es una red social que permite ver y chatear con los streamers (personas que muestran a través de esta red su contenido o jugando a juegos)	Auronplay, Thegref y lloveti4	Explorar, Buscador	Videojuegos y gente hablando
107	Soy una chica	No				
108	Soy una chica	Sí	Es una red en la que tienes que tener cuidado con lo que utilizas y con lo que subes a la red.	Tayson, Thegrefg y RickyEdit.	Explorar, Buscador	Sobre fortnite y sobre que los streamers hablan con el chat.
109	Soy una chica	No				
110	Soy una chica	No				
111	Soy una chica	Sí	para ver streamers	Ibai, auronplay y folagor	Buscador	
15	Soy un chico	No				
16	Soy un chico	No				
17	Soy un chico	Sí	Es como YouTube	The Gref	Buscador	No se
93	Soy un chico	No				
9	Soy una chica	No	No se para que sirve	No se qué es	Buscador	No lo sé no uso thich
12	Soy una chica	Sí	Para grabar directos	ElRubiusOMG, Carloscastle, CoMPaS	Música, Buscador	Maincraft, Fornite
13	Soy una chica	Sí	Es una Red social en la solo puedes hacer directo (que yo sepa no se pueden hacer videos) o ver directos	Arsilex, ampeter y thegref	Explorar, Buscador	Sobre videojuegos como brawl stars
14	Soy una chica	Sí	Es una Red social en la solo puedes hacer directo (que yo sepa no se pueden hacer videos) o ver directos	Arsilex, ampeter y thegref	Explorar, Buscador	Sobre videojuegos como brawl stars (solo eso)
18	Soy una chica	No			Explorar, Música	
19	Soy una chica	No				
20	Soy una chica	No	No se ni nunca lo sabré.	No sé lo que es.	Explorar	Sobre nada porque no tengo twitch.
124	Soy una chica	No				
3	Soy un chico	No				
4	Soy un chico	No				
6	Soy un chico					

Registro de estudiantes	Selecciona:	¿Usas o has usado alguna vez Twitch?	¿Cómo describirías esta red social a alguien que no sepa lo que es? ¿Para qué sirve?	¿Cuáles son tus "streamers" favoritos? Escribe 3	¿Qué partes de Twitch usas más? Selecciona dos.	¿Sobre qué trata el contenido que consumes en Twitch? Escribe los dos temas que más te gusten.
1	Soy una chica	Sí	una red para ver directos o hacerlos	auronplay, ibai y illojuan	Explorar, Buscador	de juegos
2	Soy una chica	No	No lo tengo	No tengo		No tengo
5	Soy una chica	No	Es una aplicación en la que tú puedes ver a personas haciendo un vídeo sobre juegos			
7	Soy una chica	No				
8	Soy una chica	No				
10	Soy una chica	Sí	Sirve para ver youtubers pero en directo	Auronplay	Explorar	Risa,musica
11	Soy una chica	No				

Registro de estudiantes	Selecciona:	¿Usas o has usado alguna vez Tik Tok?	Si la respuesta es Sí, ¿Cómo describirías esta red social a alguien que no sepa lo que es? ¿Para qué sirve?	¿Cuáles son tus "tiktokers" favoritos? Escribe 3:	¿Cuáles son tus hashtags favoritos? Escribe 3:	¿Sobre qué trata el contenido que consumes en Tik Tok? Escribe los dos temas que más te gusten.	¿Cómo te gusta más descubrir nuevos tik toks? Marca dos.
51	Soy un chico	No					
52	Soy un chico	Sí	para ver vídeos cortos			chistes	Inicio
57	Soy un chico	No					
63	Soy un chico	Sí	ver vídeos cortos			deporte	Tendencias (hashtags)
67	Soy un chico	No					
73	Soy un chico	No					
80	Soy un chico	No					
81	Soy un chico	No					
83	Soy un chico	Sí	Es para ver videos de entretenimiento	Ibai, auronplay y Nomex-kun		comedia,drama	Inicio
84	Soy un chico	Sí	ver videos cortos	sergio encinas		variado	Inicio
88	Soy un chico	No					
89	Soy un chico	No					
90	Soy un chico	No					
91	Soy un chico	No					
117	Soy un chico	No					
120	Soy un chico	No					
122	Soy un chico	Sí	Pues tiktok sirve para divertirse viendo cosas.	Como use tiktok muy poco tiempo, no conozco ninguno.	No conozco ninguno.	diversión.	Tendencias (hashtags)
140	Soy un chico	Sí	Para ver vídeos de aventuras	Yosoyflex uve miccecrok	Papi chulo Trabajo de por vida Trabajo gratis	anuncian vídeos	Buscador, Inicio
141	Soy un chico	No					
142	Soy un chico	Sí	App de bailes con música para divertirse		Estevirusloparamosunidos, bailex3, matesylengua		Inicio
143	Soy un chico	Sí		Miguelos, Charli d'amelio y Sergio Regmilós			Inicio
144	Soy un chico	No					
145	Soy un chico	Sí	Sobre vídeos de personas que hacen cosas increíbles	Charli damelio		De experimentos y bailes	Tendencias
146	Soy un chico	Sí	Sirve para ver videos y subir videos	Diegolgtv, Ibai, Ikerunzu	Lentejas parati baile	Videojuegos Series	Buscador, Inicio
147	Soy un chico	Sí		Iker Unzu, Sieetex y Fede Vigevani		Hacer bailes y memes	Inicio
148	Soy un chico	No					
149	Soy un chico	Sí	Es una red social en al que puedes ver mucho tipo de vido que dura un minuto para abajo	Donibai, Yosoyplex, Thegrefg			Tendencias, Buscador
150	Soy un chico	Sí	Sirve para ver videos cortos de bailes, videos graciosos	Fabiomnz, Natcher y no tengo más		Videos graciosos y gatos	Inicio
151	Soy un chico	Sí	Pues son vídeos de máximo 3 minutos y normalmente son canciones lo que se escucha de fondo. Sirve para ver bailar.	Naim y anapeter		Comedia y bailes.	Tendencias, Inicio
152	Soy un chico	Sí	Son videos cortos sobre temas determinados	Fabio, natcher, Ikerunzu	pongamosloaprueba	Risa y miedo	Inicio
153	Soy un chico	No					
154	Soy un chico	Sí	Red social para compartir contenidos de poca duración	No tengo	No tengo	Baile y rutinas	Buscador, Inicio

Registro de estudiantes	Selecciona:	¿Usas o has usado alguna vez Tik Tok?	Si la respuesta es Sí, ¿Cómo describirías esta red social a alguien que no sepa lo que es? ¿Para qué sirve?	¿Cuáles son tus "tiktokers" favoritos? Escribe 3:	¿Cuáles son tus hashtags favoritos? Escribe 3:	¿Sobre qué trata el contenido que consumes en Tik Tok? Escribe los dos temas que más te gusten.	¿Cómo te gusta más descubrir nuevos tik toks? Marca dos.
155	Soy un chico	Sí	Es una app en la que vas viendo tendencias	Fabianz	UsavsRusia	Aleatorio	Buscador, Inicio
156	Soy un chico	No					
157	Soy un chico	Sí	ver videos	Grefg			Tendencias, Inicio
158	Soy un chico	Sí	Red social que ves bailes y memes para entretenerte	bs fails			Tendencias, Inicio
159	Soy un chico	Sí	Tik tok es una app de bailes y de bromas	Nachter AliCracky Charli d'amelio	Bromas, tendencias y bailes	De bromas	Tendencias, Inicio
160	Soy un chico	No					
21	Soy una chica	No					Buscador
34	Soy una chica	Sí	para ver videos en resumen de 15 o 60 segundos	robleis thiago y el otro no me se el nombre	no tengo	memes y teorías	Inicio
55	Soy una chica	Sí	subir contenido de bailes		bailes	trucos de magia	Tendencias (hashtags)
56	Soy una chica	Sí	para ver videos	lyna dani y melina		juegos	Inicio
82	Soy una chica	Sí	ver videos cortos	jamescoperprant, xolo mari		cobra kai y harry potter	Inicio
85	Soy una chica	Sí	ver videos cortos	monismorfe		transiciones	Inicio
86	Soy una chica	No					
87	Soy una chica	Sí	ver videos cortos			bailes	Inicio
114	Soy una chica	Sí	es para ver videos cortos	la chicabona	lentejas, meaburro , fyp	comedia y tiktoks de miedos	Buscador, Inicio
116	Soy una chica	No					
118	Soy una chica	No					
119	Soy una chica	Sí	sirve para ver videos que graba la gente haciendo muchas cosas divertidas	like lion team , charli damelio ,	quedateencasa,recetas,rutinas	retos y rutinas	Buscador, Inicio
121	Soy una chica	Sí	son videos cortos de entretenimiento: recetas, bailes y humor.	fabiomnz, iker unzu y matispano.		sobre humor	Tendencias (hashtags), Inicio
123	Soy una chica	Sí	sirve para ver videos y vas bajando y encuentras mas	naim darrechi		juegos,parkour	Tendencias (hashtags), Inicio
125	Soy una chica	Sí	Es una red social que consiste en grabar videos con sonidos para que la gente los vea y tu puedas ver los de ellos.	Mónica morán, Ángela Marmol y Marlon	humor comedia bromas	Sobre bailes y bromas. Gente que baile y gente que gasta bromas	Tendencias (hashtags), Inicio
126	Soy una chica	Sí	Es una aplicación donde la gente se graba bailando	monismurf, angelamarmol y charlidamelio	fyp parati foryoupage	asmr y bailes	Tendencias (hashtags), Inicio
127	Soy una chica	Sí	Para ver videos cortos de otras personas	Monismurf, charlidamelio, domelipa	baile parati bromas	bailes y bromas	Buscador, Inicio
128	Soy una chica	Sí	Es una aplicación que puedes ver a gente haciendo cosas sorprendentes. Para pasar un buen rato.			Baile y manualidades	Buscador, Inicio
129	Soy una chica	Sí	Es una aplicación que sirve para ver videos y bailes	Monismurf, Charli d'meio y Calalolita	parti fyp todolovivo	Bailes y Edits	Buscador, Inicio
130	Soy una chica	Sí	Es una red social que puedes ver videos cortos y puedes intentar algunos trucos y sirve por si estas aburrido puedes ver trucos	Naim darrechi, Kimberly laaiza y MarLucas-	fail lentejas todoparati	Trucos y animales	Tendencias, Buscador
131	Soy una chica	Sí	Es una red social en la que subes videos normalmente bailando con un máximo de 2 minutos después los puedes guardar para ti o subirlos	Rivers Mónica/monismurf y Marta Diaz	baile, vacaciones, amigos	Los bailes y vidas de las tiktokers	Tendencias, Inicio
132	Soy una chica	Sí	Que aprendes trucos, recetas, bailes y sirve para dertirte	Marismurf, Lidia y hermanas gonu	Room tour2021 mejores amigas	bailes y manualidades	Tendencias, Inicio

Registro de estudiantes	Selecciona:	¿Usas o has usado alguna vez Tik Tok?	Si la respuesta es Sí, ¿Cómo describirías esta red social a alguien que no sepa lo que es? ¿Para qué sirve?	¿Cuáles son tus "tiktokers" favoritos? Escribe 3:	¿Cuáles son tus hashtags favoritos? Escribe 3:	¿Sobre qué trata el contenido que consumes en Tik Tok? Escribe los dos temas que más te gusten.	¿Cómo te gusta más descubrir nuevos tik toks? Marca dos.
133	Soy una chica	No	....			Utilizamos tik tok para hacer mini bailes y hacer tu cuenta	
134	Soy una chica	Sí	Sirve para ver videos de menos de un minuto del tema que te guste		8y 8yp parati	Brawl stars	Buscador, Inicio
135	Soy una chica	No	....				
136	Soy una chica	Sí	Que tiene mucho contenido. Para pasar el rato.	Elashow, Charli Damelio y Marta Díaz.	En casa En el pueblo De compras	Videojuegos y bailes	Tendencias, Inicio
137	Soy una chica	Sí	Es una app muy chula, sirve para reirte, para bailar, ect..	Mónica Darian Rojas Angela	A cocinar quedarte en casa	De bailes	Tendencias, Inicio
138	Soy una chica	Sí	Es una plataforma en la que puedes hacer videos de por ejemplo, bailes, recetas, bromas...	Iker Unzu, Mariana Palacios, raptorgames 24	Cocina parati juegos	de recetas y bromas	Tendencias, Inicio
139	Soy una chica	Sí	Pues que es para ver a la gente Bailar y te hace reir. Para aprender a bailar.	Aleu3u y no se más		De videojuegos y cosas de risas	Buscador, Inicio
115		Sí	En la aplicacion puedes ver videos cortos de todo tipo	S.a.l.l.y. _f.a.c.e , Fernanfloo y Lolito356	LarryJhonson ,SalFisher y MeganySoda	Hay contenido de todo tipo, Juegos y Youtubers	Inicio
22	Soy un chico	No	No sé como funciona				
23	Soy un chico	No					
26	Soy un chico	Sí	Es una red en la que la gente sube videos cortos usualmente bailando	angela marmol y streamers	fyp foryou lentejas	Videos de juegos y bailes	Inicio
27	Soy un chico	Sí	Es una red social donde tu ves videos de 15 o 60 segundos donde puedes seguir a la gente y chatear con ellos		Para ti , deportes y retos	Sobre deportes y datos curiosos	Inicio
28	Soy un chico	Sí	Muy grande. Sirve para no aburrirse	Fernanfloo,	#videojuegos #trucoxiaomi #mascota	Trucos de muchas cosas	Inicio
29	Soy un chico	Sí	videos de 5s a 1m de gente bailando haciendo trends videos educativos animales etc	no veo videos de 1 persona en particular		videojuegos, memes	Inicio
30	Soy un chico	No					
35	Soy un chico	Sí	Aqui hay gente que sube su vida o clips de algún video que tengan.	Thegref, Naimdarrechi y Nilojeada.		Bailes y pruebas sociales.	Inicio
37	Soy un chico	Sí	Para ver historias	No tengo	No tengo	Historias graciosas	Inicio
39	Soy un chico	Sí	que es una red social donde cuelgan videos de un minuto	ibai, fabiomz, Charli D'melio			Inicio
40	Soy un chico	Sí	es una red social en la que ver o subir videos muy cortos.	no tengo.	no tengo.	humor y animales	Inicio
42	Soy un chico	Sí	Red social con contenido poco apropiado para niños en algunas ocasiones.		#hightlikes	Historias,livehacks	Tendencias (hashtags), Inicio
46	Soy un chico	Sí	Es una aplicación en la que la gente sube videos de todo tipo, tanto educativos como de entretenimiento audiovisual.	Datos randoms y no tengo mucha exigencia me van apareciendo y no tengo favoritos.	#humor, # curiosidades #baloncesto #meme	Baloncesto (normal o de anime) y memes	Inicio
50	Soy un chico	No		Charli D' Amelio		bailes	Buscador, Inicio
53	Soy un chico	Sí	Sirve para subir videos y que otra gente te vea o tu puedes ver los videos de otra gente	Ibai, Sergio Ramos y Papi Gavi	No tengo	Deportes y videojuegos	Tendencias (hashtags), Inicio
59	Soy un chico	No					
62	Soy un chico	No					
64	Soy un chico	Sí	Sirve para ver a personas haciendo tik toks y los puedes copiar o darle like	No se	No tengo	Solo lo utilice una vez.	Tendencias (hashtags), Inicio

Registro de estudiantes	Selecciona:	¿Usas o has usado alguna vez Tik Tok?	Si la respuesta es Sí, ¿Cómo describirías esta red social a alguien que no sepa lo que es? ¿Para qué sirve?	¿Cuáles son tus "tiktokers" favoritos? Escribe 3:	¿Cuáles son tus hashtags favoritos? Escribe 3:	¿Sobre qué trata el contenido que consumes en Tik Tok? Escribe los dos temas que más te gusten.	¿Cómo te gusta más descubrir nuevos tik toks? Marca dos.
65	Soy un chico	Sí	Es una red social que sirve que sirve para ver videos de la gente y les puedes sehuir			Futbol	
66	Soy un chico	Sí	Trata de gente que sube videos o bailes famosos	Naimdarechi, marulacas,	#parati #favoritos	De videos de risa	Tendencias (hashtags), Inicio
70	Soy un chico	No		no se	no se :)	no se	
74	Soy un chico	Sí	Son videos, la mayoría son bailes	Kuno, Rodcoantreras y Víctor Perez	datos curiosos	Bailes y datos	Inicio
77	Soy un chico	Sí	Perfecta, para entretenerse	Monismurf, Animalize21, Angela Marmol	Tendencias, vida de la gente y musica	Musica y cosas que no sabias	Tendencias (hashtags)
78	Soy un chico	Sí	una web social en la que te puedes divertir bailando o haciendo cualquier otra cosa	Monismurf, marta diaz y sergio reguilon	#lentejas, #parati y #naruto	no se	Tendencias (hashtags), Inicio
79	Soy un chico	Sí	sirve para ver videos cortos	charli damelio bellaporch kaby lane		sobre para ti	Inicio
92	Soy un chico	No					
94	Soy un chico	No		M			
95	Soy un chico	Sí	Es una plataforma en la que puedes ver videos de bailes	GoDeik Fragerb y nachter	#fyp #parati #comedia	Comedia y juegos	Inicio
98	Soy un chico	Sí	Consiste en lo mismo que YouTube pero con videos mas cortos.	No tengo tiktoker favorito ya que lo utilicé pocas veces.	No tengo hashtags favoritos.	Cualquier cosa.	
100	Soy un chico	No					
101	Soy un chico	No					
102	Soy un chico	No					
112	Soy un chico	Sí	Para ver cortos videos.	Pablo bruchi y no recuerdo más.	#comedia, #humor y #tigres.	Comedia y tutoriales gaming.	Inicio
113	Soy un chico	No					
24	Soy una chica	Sí		Monismurf y ÁNGELA MARMOL		BAILES	Tendencias (hashtags), Inicio
25	Soy una chica	Sí	Sirve para ver videos de un minuto y seguir a gente	katieangeltv1, lynitaavallejos , twinmelody	#fyp	dibujos y bailes	Inicio
31	Soy una chica	Sí	Es una red social en la que puedes hacer videos cortos con música y puedes poner tu cuenta en pública para que todo el mundo pueda ver tus videos o puedes ponerla privada para que solo los que dejas que te sigan vean tus videos.	Charli D'amelio, Bella Poarch y Adisson Rae.	#Foryou, #DIY y #Challenge.	Sobre bailes y sobre crochet.	Inicio
32	Soy una chica	Sí	Subir, cosas como coreografías, memes etc...			Memes xd	Tendencias (hashtags), Buscador
33	Soy una chica	Sí	Puedes ver videos de otras personas o subir los tuyos, y chatear con tus amigos.	Domelipa aunque ya casi no :( porq cambio mucho, Rod perro ya casi no y... Mont.	#findecurso #bycole #osamoooo	Bailes y frases.	Tendencias (hashtags), Inicio
36	Soy una chica	Sí	sirve para ver videos de la gente	no tengo	#humor	de bailes	Buscador, Inicio
38	Soy una chica	Sí	le diria que es una red social en la cual tiene videos cortos que se pasan deslizando hacia abajo y que es entretenimiento	Khaby lame will smith y zach king	#savedaniboube ( solo se este)	viedojuegos y reacciones	Buscador, Inicio
41	Soy una chica	Sí	Pues en esta red social puedes chatear con amigos, ver bailes, y a veces videos de como hacer dibujos de animales etc... realistas.	No tengo, porque me cree la cuenta hace unos días y no se muy bien como va.	No tengo.	Humor y a veces dibujos.	Buscador
43	Soy una chica	Sí	Otra red social en la que puedes publicar videos y los demas que tengan esta red social.	No tengo	No tengo	Bailes y slimes	Buscador, Inicio

Registro de estudiantes	Selecciona:	¿Usas o has usado alguna vez Tik Tok?	Si la respuesta es Sí, ¿Cómo describirías esta red social a alguien que no sepa lo que es? ¿Para qué sirve?	¿Cuáles son tus "tiktokers" favoritos? Escribe 3:	¿Cuáles son tus hashtags favoritos? Escribe 3:	¿Sobre qué trata el contenido que consumes en Tik Tok? Escribe los dos temas que más te gusten.	¿Cómo te gusta más descubrir nuevos tik toks? Marca dos.
44	Soy una chica	Sí		No tengo 'tiktokers' favorito.	No uso hastags	Manualidades y bailes	Inicio
45	Soy una chica	Sí	Sirve para ver videos cortos de cualquier cosa, los videos suelen durar 1min o 15 segundos	No suelo tener, porque hay muchos creadores de contenido y no conozco a muchos	#Parati #Destacame #Followme	Bailes y Juegos	Buscador, Inicio
47	Soy una chica	Sí	son videos con música en los cuales se pueden poner filtros y también se hacen bailes	Charli D'melio, monismurf, sofia moreno	#parati #fyp #foryou	Bailes y musica	Inicio
48	Soy una chica	Sí	Videos cortos de sobre todo bailes y canciones	-	#parati #fyp #parachute	Bailes y canciones y de blogs	Tendencias (hashtags), Inicio
49	Soy una chica	Sí	Red social de bailes, historias, comedias, deportes...	Charli damelio, Andrea y Dixie	#parati #humor #oviedo	Bailes y videojuegos	Buscador
54	Soy una chica	Sí	Sirve para ver videos cortos de 15 segundos o de 60 o de 3 minutos	Sissy, Vinnie Hacker, Rivers	#fyp #ASMR #makeup	de bailes, trends, y comida	Inicio
58	Soy una chica	Sí	Es maravillosa	Naimdarrechi,sietex,adriansteve	no lo se	bailes	Tendencias (hashtags), Buscador
60	Soy una chica	No					
61	Soy una chica	No					
68	Soy una chica	Sí	Es una red social en la que puedes ver videos cortos de un minuto o tres minutos.	Charli d'melio, dixie d'melio y Addison Ra .	No lo se.	De bailes, anectotas...	Buscador
69	Soy una chica	Sí	Es una red social dode tienes muchos videos cortos, te enseñan nuevos bailes, cocina, información..	Marta Diaz, Auronplay y Rivers	#Parati #fyp #aries	Sobre bailes, canciones , coina etc..	Buscador, Inicio
71	Soy una chica	Sí	Es una app que sirve para aprender bailes o divertirse	Charlie Damelio	Hashtags Fuerza Colombia	Anime edits	Inicio
72	Soy una chica	Sí	Es una red social que consiste en un conjunto de personas q publican videos. Normalmente son bailes pero también pueden ser opinando sobre temas o cantando etc.	@Alecaracuadrada. @rivvers. @soyy_luciaaa	No se	No se	Inicio
75	Soy una chica	Sí	Puedes hacer bailes y videos jugando juegos	Angela marmol - monica moran - lolalolita	#fyp #roblox #tocaboca	Bailes-rutinas	Tendencias (hashtags), Inicio
76	Soy una chica	Sí	es una red de entretenimiento en la que puedes ver bailes rutinas etc..	Monismurf, Charly Damelio y rivers.	ns	Rutinas, bailes y historias	Inicio
96	Soy una chica	No	No lo tengo	No tengo tiktokers favoritos porque no veo tik tok.	No tengo	No tengo tik tok	
97	Soy una chica	Sí	Para subir videos cortos.	Charli, la raki y monismurf.	No tengo.	Risa.	Inicio
99	Soy una chica	Sí	Es una red social en la que se suelen ver video o bailes de la gente en un tiempo.	Riverss, La raki y aandreaglz	Ninguno	Bailes y rutinas.	Buscador, Inicio
103	Soy una chica	No					
104	Soy una chica	Sí	son videos cortos que la gente puede ver	no me acuerdi de sus nombres	no tengo	videos graciosos	Inicio
105	Soy una chica	No					
106	Soy una chica	Sí	Es una red social que te permite ver y crear videos de un minuto o menos, con diferentes canciones o algún reto. También puedes interactuar con los creadores o los usuarios de esta plataforma ya que existe una opción de chat. Puedes seguir a los creadores dar me gusta a sus videos o comentar e incluso enviarlo a los amigos que tengas en esta plataforma.	Anna yorinde, Addison rae y bryce hall	no tengo hashtags favoritas.	Bailes y videos sin más.	Tendencias (hashtags), Inicio
107	Soy una chica	Sí	Es un editor de video, que sirve para hacer videos musicales.	Paloma veintez		Anime, series, videojuegos, etc.	Buscador



Registro de estudiantes	Selecciona:	¿Usas o has usado alguna vez Tik Tok?	Si la respuesta es Sí, ¿Cómo describirías esta red social a alguien que no sepa lo que es? ¿Para qué sirve?	¿Cuáles son tus "tiktokers" favoritos? Escribe 3:	¿Cuáles son tus hashtags favoritos? Escribe 3:	¿Sobre qué trata el contenido que consumes en Tik Tok? Escribe los dos temas que más te gusten.	¿Cómo te gusta más descubrir nuevos tik toks? Marca dos.
108	Soy una chica	No					
109	Soy una chica	Sí	Sirve para subir videos y que gente de todo el mundo te vea.	riverss, charlidamelio, palomaveintez	#lentejas#fyp#parati	Bailes, vida cotidiana	Inicio
110	Soy una chica	Sí	Es una red social muy divertida, puedes publicar cualquier cosa como tips, bailes etc... Nunca te aburriras.	By hermass, Aitana soriano y Asier guerras.	#foryou #lentejas #parati	Lo que me salga en el parati.	Inicio
111	Soy una chica	Sí	Es muy divertida para ver videos sobre bailas, comedia, ect.	Naim Darrechi, 10.deniss y Charlie Damelio	no tengo	Comedia y bailes.	Inicio
15	Soy un chico	No					
16	Soy un chico	No					
17	Soy un chico	No					
93	Soy un chico	No					
9	Soy una chica	Sí	Es para bailar	No tengo tiktokers favoritos	No se qué son hashtags	Yo solo hago bailes	Inicio
12	Soy una chica	Sí	Sirve para grabar videos cortitoss	Bombómreicht, Nachter, Fidget Toys	#CafeItaliano, #Lachancladelamamá, #Popltdplastico	De bailes y slime...	Inicio
13	Soy una chica	Sí	Es una Red social parecida a YouTube en la que puedes ver videos o hacer los tuyos, puedes create una cuenta pero no es obligatorio	Fabián mufañas, Nabi_plai 2020 y Nubi_plai	#videojuegos, #vailles y #retos	Vailles(que no sean regetón) y tonterías	Buscador, Inicio
14	Soy una chica	Sí	Es una Red social parecida a YouTube en la que puedes ver videos o hacer los tuyos, puedes create una cuenta pero no es obligatorio	Fabián mufañas, Nabi_plai 2020 y Nubi_plai	#videojuegos, #vailles y #retos	Vailles(que no sean regetón) y tonterías	Buscador, Inicio
18	Soy una chica	Sí	Sirve para aprender bailes	Domelipa, Charlie Damelio, Addison Rae.	Acertigos, misterio o terror, bailes.	Sobre bailes y diversion.	Tendencias (hashtags), Inicio
19	Soy una chica	No					
20	Soy una chica	No	No lo sé. Nunca la he utilizado.	No tengo tiktokers porque no lo tengo.	No se ni que palabra es porque no la tengo en el móvil.	No tengo temas. No la tengo y nunca la tendré.	Buscador, Inicio
124	Soy una chica	Sí	Es una red social de baile y sirve para bailar	No conozco a ninguno	No tengo	No veo Tik Tok normalmente	
3	Soy un chico	No					
4	Soy un chico	No					
6	Soy un chico						
1	Soy una chica	Sí	puedes ver videos de 15 o 60 segundos que a veces te enseñan a cocinar, a hacer cosas...	charlidamelio lilhuddy tobi.u	#humor #guitarra #juego	de juegos, de chistes y de polemicas	Tendencias (hashtags)
2	Soy una chica	Sí	Sirve para ver videos y para hacer pequeños bailes con canciones.	No tengo	No tengo	Lo que más veo es fútbol	Inicio
5	Soy una chica	No					
7	Soy una chica	Sí	Para ver bailes (y para descubrir el nuevo trailer de Stranger Things 4)	Aquamarine, glprw	No se no lo uso mucho	Netflix	Inicio
8	Soy una chica	No					
10	Soy una chica	No					
11	Soy una chica	No					

### 7.3 ANEXO III: GUION DE ANÁLISIS

#### **Guion de observación para el material fotográfico, videográfico y comentarios:**

##### Bloque 1: Aspectos físicos:

1. ¿El protagonista del perfil es una chica o un chico?
2. ¿Se utiliza ropa o poses sexuales en contextos no relacionados? (Ejemplo: en bikini para hablar de videojuegos).
3. ¿Se sexualiza el cuerpo de las personas que aparecen? Planos de cámara que enfocan a partes sexuales como pechos, culo o boca; comentarios relacionados con dichas partes; poses con bocas entreabiertas, miradas ausentes, posturas forzadas, etc.

##### Bloque 2: Aspectos de contenido:

1. Si se entrevista a una persona ¿se le pregunta por su profesión, aficiones, vida amorosa, aspecto físico, relaciones sexuales?
2. ¿Se habla sobre la menstruación, la posibilidad de quedarse embarazada o las enfermedades de transmisión sexual?
3. ¿Se habla de temas como atracción, citas, y actos sexuales: besos, tocamientos, masturbación, sexo oral, sexo anal, sexo vaginal, relaciones homosexuales, relaciones bisexuales, etc.?
4. ¿Se habla de páginas o perfiles de contenido sexual o pornográfico?
5. ¿Se habla sobre porno en sus diversas fuentes: revistas, vídeos, *webcams*, OnlyFans, etc.?
6. ¿Se habla de actos sexuales incluyendo formas de dominación hacia la mujer: agarrar del pelo, asfixiar levemente/agarrar del cuello, azotar, eyacular en la cara o boca de la mujer, amordazar o insultarla (guarra, zorra, puta, perra...)?
7. ¿Se usa un lenguaje que contiene expresiones soeces, violentas o que usan términos sexuales a modo de humor o muletilla?

## 7.4 ANEXO IV: ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LOS Y LAS INFLUENCERS

Se procede a realizar en análisis de contenido de cada uno de los y las *influencers* seleccionados siguiendo el guion de observación: AuronPlay, Ibai, Charlie D'Amelio, Monismurf, Marta Díaz y Ángela Mármol.

### 7.4.1 AURONPLAY

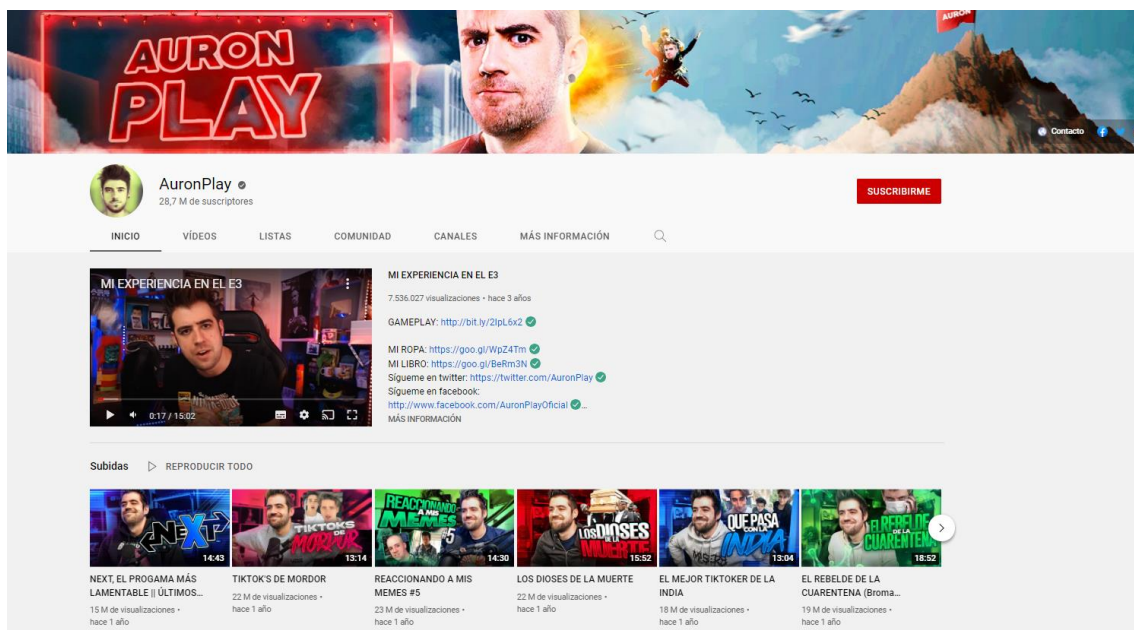


Imagen 43: Captura 1. Perfil de AuronPlay en YouTube a 8 de diciembre de 2021

Como se aprecia en la captura de pantalla, el *youtuber* masculino aparece en la carátula de todos los vídeos que sube a su perfil, de entre los vídeos que se ven a primera vista solo son personajes masculinos los que le acompañan en ellas. Los colores que predominan son el rojo, verde y azul y las temáticas de los vídeos que aparecen son: videojuegos, *tiktoks*, memes<sup>30</sup>, la cuarentena y Next, un programa de citas.

**Tras aplicar los criterios de búsqueda en YouTube mencionados en la metodología del trabajo se analizan los siguientes vídeos:**

**Vídeo 1. *Maravillas de internet***, publicado el 9 de abril de 2019 por AuronPlay en YouTube, 14'52'': <https://www.youtube.com/watch?v=eEd9tuD2u3U>

En este vídeo AuronPlay, se dedica a analizar y criticar con tono de humor a una pareja que ha hecho un *tag del novio*. En el vídeo se puede ver grabaciones del video de la pareja intercaladas con grabaciones del *youtuber* comentándolo. La chica le pregunta a su novio qué es lo que más le gusta de ella, a lo que el chico responde “tus bufas” y se las

<sup>30</sup> Imagen acompañada de texto corto que suelen ser de contenido humorístico y se difunde en la red (Autora).

toca, sacando la lengua a la vez. Auron, con tono humorístico, se ríe de esta situación y añade comentarios como “ha puesto caras de es que te engancho y te reviento”, “un niño; sí, sí, un niño que va más caliente que el ordenador de thegrefg<sup>31</sup>”. A pesar de haberle llamado niño por su aspecto, luego comenta que ambos protagonistas son mayores de edad. En la entrevista estos hablan sobre *su primera vez*, es decir su primera relación sexual, a lo que explican que fue en un parque por la noche. Con tono jocoso Auron dice que, si los hubiera visto, habría llamado al FBI al ver que él se parece a un crío. Cuando se le pregunta a la chica cuál es el aspecto físico que más le gusta de su novio ella dice “el rabo”. Auron se ríe de este comentario y lo parodia diciendo que ella quiere decir que “Ramón tiene un miembro viril que te mete con él en la cara y hay que reconstruirte el rostro” o “le pones una GoPro en su miembro y te puede hacer una endoscopia”. En esta grabación se han tratado sexuales como mantener relaciones sexuales en un espacio público, tocamientos sexuales en los pechos femeninos, golpear con el pene la cara de otra persona o realizar una penetración con este.

**Vídeo 2. La juventud de hoy en día.** 13 de abril de 2017. AuronPlay en YouTube, 11’35’’: <https://www.youtube.com/watch?v=paX6dQsxYi0>

AuronPlay critica en este vídeo a la juventud actual, para lo cual analiza un reportaje de un canal que entrevista a los y las jóvenes de fiesta; para ello el *youtuber* intercala grabaciones del reportaje con grabaciones de sí mismo comentándolo. El reportero pregunta sobre distintos aspectos como el Juego del Muelle, “es que los tíos se ponen *empalmaos* (...)”, dice uno de los entrevistados y se corta la grabación; el *Semáforo Party*, “te pones una etiqueta verde si estás soltero y quieres ligar y estás desesperado”; el *perreo*, “que te peguen el culo y darle un puntazo”, “te pone la tía el culo en la polla y ya te empalmas”, responde otro; “¿Te gustaría entrar en Mujeres, hombres y viceversa?”, dice uno, “No, ahí no hay más que guarras, no se va a encontrar el amor”, responde otro. La mayoría de los entrevistados son varones, aunque hay una escena en la que también participan en la entrevista unas chicas.

Auron se ríe del vocabulario, forma y gramática de los entrevistados haciendo comentarios como “en la discoteca en la que está tampoco encontrará el amor, como mucho un tumor en el ano”. Despide el video diciendo que si los espectadores son jóvenes se lo pasen bien pero que eso no significa ser unos “descerebrados ni unos gilipollas”. En este vídeo se tratan aspectos relacionados con la sexualidad como: utilizar una pegatina

---

<sup>31</sup> Otro *youtuber* con gran número de seguidores, resultó tercero en grado de preferencia como seleccionado por el alumnado en la encuesta.

de color para indicar que quieres ligar, es decir mantener algún tipo de contacto sexual con otra persona (beso, tocamiento o sexo); el contacto físico de las nalgas femeninas con la zona donde se sitúa el pene mediante el baile, lo cual según los entrevistados genera una erección del miembro viril; y la afirmación de que las mujeres que hay en el programa televisivo Mujeres Hombres y Viceversa, un programa de citas, “no son más que guarras”.

**Vídeo 3. AuronPlay Borró este vídeo de su canal**, publicado el 4 de agosto de 2019 por Isaac Olvera en YouTube, 10’ 23”:

<https://www.youtube.com/watch?v=f04209TrRNA>

En este vídeo Auron hace confesiones sobre su vida personal, comenzando en la introducción explicando el tipo de vídeo que va a realizar, el cual será un *50 cosas sobre mí*. Actualmente no se puede acceder a este vídeo desde el perfil del famoso *youtuber*, la grabación está disponible ya que un seguidor lo ha grabado y lo ha subido a su canal. A continuación, se exponen diferentes oraciones que el *influencer* dice en sus confesiones y que de una manera u otra están relacionadas con el ámbito de la sexualidad:

- “Nunca jamás he visto una peli X completa”
- “Estuve tan enganchado al GTA<sup>32</sup> que llegué a darle excusas a mi exnovia para no quedar, para poder seguir jugando, lamentable ¿verdad?”
- “Me dan bastante asco las personas que son ¡viva la vida, viva el momento! No, el momento *mi polla en tu boca*, hay que tenerlo todo un poco planificado y actuar con madurez fuera de cámara”
- “He estado enamorado en mi vida tres veces, soy todo un *latín lover*”
- “Una vez una exnovia mía tuvo un retraso, no es que fuera subnormal, bueno un poco. Bueno, una vez tuvo un retraso de la regla, de menstruación, y estaba convencidísimo de que la había dejado preñada y estuve tres días sin comer. Si os pasa esto, mantened la calma, y no como yo que casi caigo en una depresión. Al final nada, no tengo ningún hijo”.

En esta grabación se tratan temas relacionados con la sexualidad como: el consumo de una película pornográfica; el posponer una cita con su novia por jugar a un videojuego; la utilización del vocablo “mi polla en tu boca” como forma de expresar desacuerdo; el uso de la expresión *latín lover* para definirse a sí mismo; y, por último, utilizar el juego de palabras “mi novia tuvo un retraso, no es que fuera subnormal, bueno

---

<sup>32</sup> Videojuego llamado Grand Theft Auto (Autora).

un poco” para indicar que había tenido un retraso en su periodo menstrual y el *youtuber* pensaba que estaba embarazada.

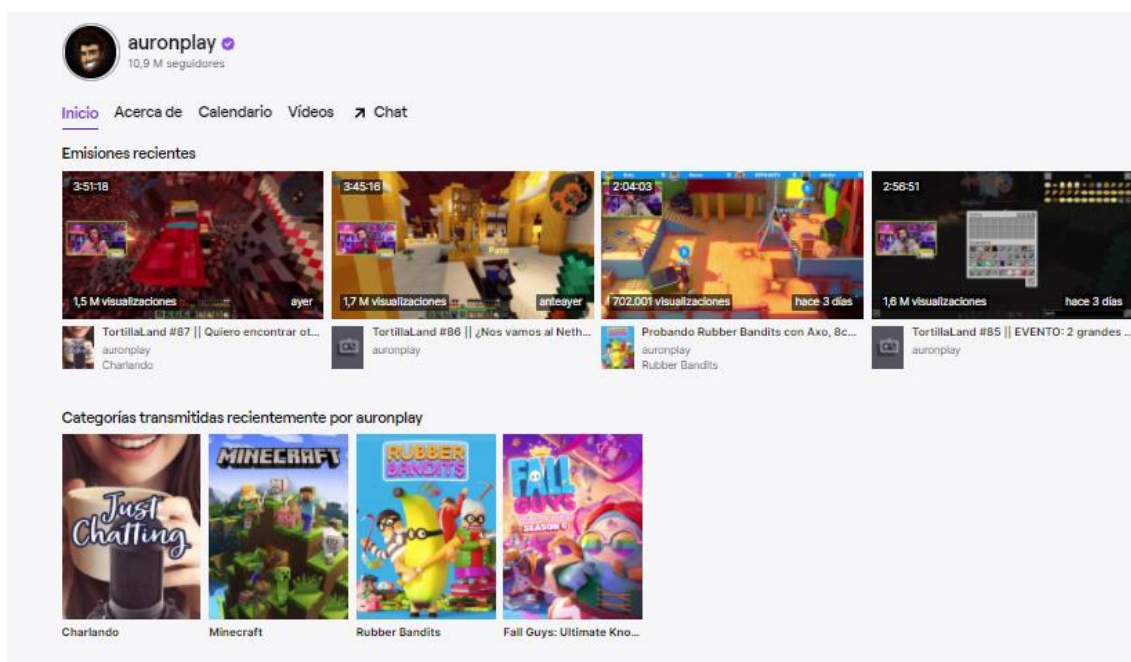


Imagen 44: Captura 2. Perfil de AuronPlay en Twitch a 8 de diciembre de 2021

Dentro de su perfil de Twitch, las carátulas de los *streams* representan partidas de videojuegos como TortillaLand, una forma de jugar al videojuego Minecraft o Rubber Bandits. Las categorías en las que participa AuronPlay son Charlando, Minecraft, Rubber Bandits y Fall Guys. Menos una de las cuatro, todas son de videojuegos o *gameplays*.

Siguiendo los criterios de búsqueda se selecciona un vídeo de Twitch que haya sido subido a YouTube relacionado con la temática estudiada: **Vídeo 4. Auron opina sobre Hot Tub en Twitch**, publicado el 23 de mayo de 2021 por Gamegax en YouTube, 58’’: <https://www.youtube.com/watch?v=jct91rgTCss>

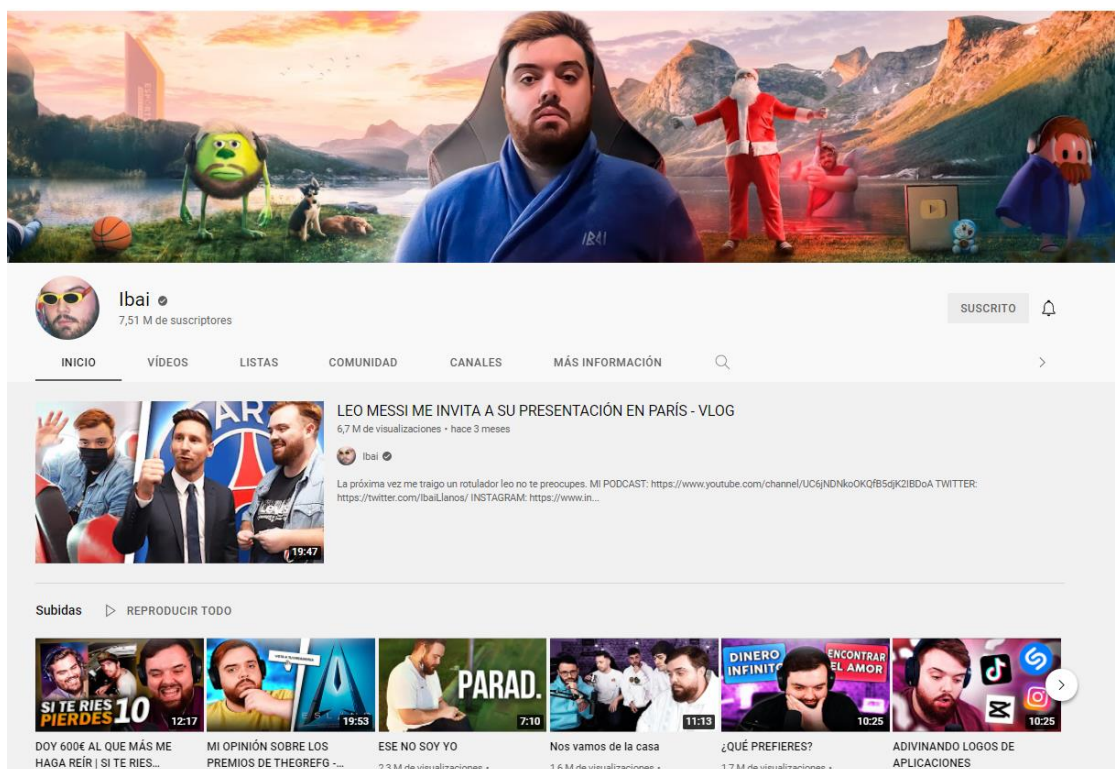
En esta grabación se ve al *youtuber* AuronPlay expresando su opinión sobre la categoría de Twitch llamada *Hot tub* en la que suelen aparecer mujeres en ropa interior o *bikini* dentro de una piscina, se analizará esta sección en otro apartado del trabajo. El *influencer* comenta:

“Que qué opino de la nueva categoría... la verdad es que no he dicho nada, pero am... yo no tengo nada en contra de las personas que se dedican a hacer este tipo de cosas... Sinceramente me da igual, pero por parte de Twitch sí que me parece un poco hipócrita que pongan una categoría y todo para hacer estas cosas y luego a un *streamer* se le escape un glúteo y te metan dos semanas de *baneo*. Me parece que por parte de

Twitch es una hipocresía enorme y no tiene ningún sentido (...). Que no tengo nada en contra eh, pero coño si permites a personas que están en ropa interior en una piscina, que me parece bien, también permíteme a mí que si se me escapa un glúteo... Perdóname, no me banees tres días, cuatro, cinco... como habéis hecho con muchos, todos iguales.” En este vídeo se tratan aspectos relacionados con la sexualidad como la categoría *hot tube de* la plataforma Twitch, la cual será analizada en otro apartado del trabajo. Expresando el *influencer* que él no está en contra de la existencia de dicha categoría.



## 7.4.2 IBAI



**Imagen 45:** C3. Captura de perfil de Ibai en YouTube a 8 de diciembre de 2021

En la captura del perfil de Ibai de YouTube, al igual que en el de AuronPlay, se observa la cara del *youtuber* en todas las carátulas de los vídeos que salen a primera vista; asimismo, los personajes que aparecen en ellas son todos masculinos. Los colores que predominan son el rojo, azul y verde. Las temáticas de los vídeos que se ven son sobre fútbol, redes sociales, otros *youtubers* y risa.

**Tras aplicar los criterios de búsqueda en YouTube mencionados en la metodología del trabajo se analizan los siguientes vídeos:**

**Vídeo 5. *Reaccionando a la Rosa de Guadalupe***, publicado el 3 de abril de 2021 por Ibai en Youtube, 17'37'': <https://www.youtube.com/watch?v=rBrIVE5yumY>

Ibai comenta, junto con un invitado llamado Reven, un episodio de una transmisión mexicana de YouTube llamada *La Rosa de Guadalupe*. Aparece una joven chateando por teléfono, como su amiga le responde muy rápido Ibai hace comentarios del estilo “Qué rápido respondes Susana ¿qué escribes con el coño?”. Cuando la niña, Susana, hace comentarios sobre lo guapo que está en una foto un chico llamado Santi este dice “¡Oye niña, niña! ¡Vete ya *pa* la cama, niña! ¡Loca de los cojones!”. Santiago aparece en escena y le dice a la chica que si necesita algo de matemáticas “él es una pistola bien cargada”. El comentario de Ibai en esta escena es “¡Santiago minuto uno y estás



cachondo! ¡Guarro!” Ella le dice que no cree que necesite nada. A lo que Ibai comenta “¡Toma, perra!”

Posteriormente, aparecen otra escena en la que ambos adolescentes están hablando por el teléfono y se preguntan si tienen novio. En la siguiente escena aparecen juntos en un sofá. “Esto es una basura pero que te engancha, es una basura que te comes como el MCdonald’s”, afirma el *youtuber*. En la siguiente escena salen ambos personajes dándose un beso, la chica le dice a él “Santi te amo”, a lo que él responde “Me gustas mucho”. Ibai y su acompañante gritan diciendo “¿Pero ¿qué pasa en México, coño? ¿Qué coño es esto tío? ¿Oye tienes novio? No. Pues venga, quedamos. Ven que te como el coño”, comenta el *youtuber*. “¡Oye que ni han hablado!, “Hay pelis porno que van más lentas” dice el invitado de Ibai, Reven. Santi intenta quitarle la chaqueta a la chica, y ella le dice que pare, explicando que ella es virgen, que nunca ha tenido sexo. Santiago le sonríe maliciosamente. Ibai comenta “Bro ¿Qué coño es esto? Me da putísimo miedo”. “Si te gusto deberías demostrármelo. Qué pena... tu prima está que se muere por mí... Y lo sabes. Tú dime: ¿me voy o me das esta prueba de amor que quiero de ti?”, dice Santi. “Sí, está bien. Te voy a dar esa prueba de amor que me pides”, dice ella. Y comienzan a desnudarse. Ibai durante este tiempo no para de decir “¿Qué es esto? ¿Qué puta mierda es esta, Reven? ¿tío?”.

Aparece otra escena de los personajes juntos y desnudos. “No tengo ganas de estudiar. Lo único que quiero hacer en la vida es estar a tu lado”, dice Susana cuando Santi le dice que se va a estudiar para el examen. En la siguiente escena ella está embarazada y se lo dice a Santi. Este reacciona enfadándose y quejándose de que sus padres no se pueden enterar ya que lo echaran de su casa. Ibai añade “¿Qué haces Santi, loco de mierda ¡Está enfadado! ¡Ha sido culpa tuya, guarro! Pone cara de loco eh...” Santi le propone a la chica que aborte, diciendo que es lo mejor para los dos: “que te saquen a ese chamaco. Vas a tener que abortarlo. Estamos muy chicos para tener ese bebé, yo apenas tengo 15 años y tú 14. Además, quizás puedes morir en el parto. Yo no quiero ser papá, y mucho menos me voy a casar contigo ¡Así que abortas y es una orden! A parte, no te has parado a pensar que le vas a decir a tu mamá. Vamos a ser el hazmerreír de todos si no abortas”, dice gritando y de malas formas. Ella añade “Tengo que pensarlo porque eso del aborto a mí me da miedo, que pasa si me muero yo. No voy a abortar.” Santi cierra escena diciendo “abortas o si no te olvidas de mí para siempre”. En la siguiente escena aparece la chica en su cuarto tomándose muchas pastillas de golpe intentando abortar. Ibai y su amigo se ríen de la situación parodiándolo, añadiendo

comentarios como “yo después de hacer dos sentadillas” “yo después de comerme un *durum*”.

En este vídeo se tratan diferentes contenidos relacionados con la sexualidad como: la referencia a la excitación sexual de un personaje masculino con frases del *youtuber* como ¡Santiago minuto uno y estás cachondo! ¡guarro!; la representación de un beso como precedente a una escena de sexo, aunque esta no aparezca en cámara, comentada con expresiones de Ibai del estilo: “¿Pero ¿qué pasa en México, coño? ¿Qué coño es esto tío? ¿Oye tienes novio? No. Pues venga, quedamos. Ven que te como el coño” o de un acompañante de Ibai, Reven que sale en el vídeo diciendo “¡Oye que ni han hablado!, “Hay pelis porno que van más lentas”, mencionando por tanto las actividades de sexo oral o de consumición de películas pornográficas. Además, en el vídeo se representa la escena de un embarazo y un aborto, ya que uno de los personajes obliga a la chica abortar. La chica, Susana decide abortar tomándose unas pastillas en su casa. Ante esta escena los *youtubers*, Ibai y su amigo, se ríen de la situación parodiándolo y añadiendo comentarios como “yo después de hacer dos sentadillas” “yo después de comerme un *durum*”. Aunque la posición que toman los *youtubers* ante las escenas de la telenovela es claramente en tono *humorístico*, cabe destacar el peligro que conlleva que estos temas sean visualizados por los niños y niñas de primaria, sin filtro y sin entender los comentarios que los *influencers* hacen. Destaca la frialdad con la que se ríen y parodian la escena del aborto, sin empatizar lo más mínimo con la chica embarazada, invisibilizando la dureza de la situación tanto física como psicológica.

**Vídeo 6. DOY 300€ AL QUE MAS ME HAGA REÍR | SI TE RÍES PIERDES 4, publicado el 7 abril de 2021 por Ibai en YouTube, 15’20’’:**  
<https://www.youtube.com/watch?v=GFevoCwo26E>

Este vídeo trata, como otros del *youtuber*, en comentar vídeos virales de internet. A través de un canal llamado Discord los seguidores pueden mandar vídeos de risa a Ibai, el que más le haga reír recibirá 300 euros de premio. Entre ellos podemos encontrar diferentes escenas con contenidos relacionados con la sexualidad de los que el *youtuber* se ríe, parodia o imita. A continuación, se muestran algunos de los ejemplos:

- “¡A tu maldita madre la van a sacar, pero del estudio de porno, mamahuevo!”
- “Doctor: ¿Te masturbas regularmente? Mi mamá: —aparece un anime con cara de susto—.

- Una chica con apariencia de *anime*, sale diciendo “And if you don’t believe me, well...”<sup>33</sup> y lo siguiente que hace es levantarse la camiseta. Aunque se ven parcialmente los pechos, justo antes de dejar ver los pezones, aparece la cara de Ibai diciendo “¿Qué miras amigo? ¡vete a estudiar!”.
- Un vídeo de dos chicas jóvenes diciendo “disculpa ¿Te podemos chupar la *pija*<sup>34</sup>?” la siguiente escena es un hombre en la cama jugando al móvil diciendo “¿Qué? hoy es noche de *free fire*<sup>35</sup>, no cojo a nadie.”
- Aparece un vídeo editado que parece el principio de una película porno. Un mecánico está metido debajo de un coche, arreglándolo. La chica, que lleva falda, le dice “Creo que tienes algo que me puedes enseñar” y se coloca encima de el con las piernas abiertas. Cuando este sale de debajo del coche, se desliza entre sus piernas, quedando la cabeza debajo de la falda de esta. La siguiente escena, en vez de mostrar las partes íntimas de la mujer, muestran a Ibai diciendo “no me lo puedo creer, ¿Qué haces ahí? ¿Qué estás mirando? ¿Quieres hacer algo con tu vida ya? Por lo menos haz algo con tu vida, haz como que estás estudiando.”

Se interpreta que este tipo de cortos son ediciones que los espectadores crean y envían recortando vídeos ya existentes de otros personajes y vídeos de Ibai de YouTube, no creaciones propias del *youtuber*. Este vídeo que representa la escena del taller acaba siendo el vídeo que Ibai selecciona como ganador, llevándose el premio, puede verse en el minuto 12.44 del *link*. En esta grabación se tratan contenidos relacionados con la sexualidad como: la afirmación de que una madre trabaja de actriz porno; la afirmación ante un doctor de que un chico se masturba con regularidad ante lo cual la madre se sorprende; una escena en la que una chica con apariencia de anime se levanta la camiseta para enseñar sus pechos, los cuales salen tapados con la cara de Ibai; la mención de la realización de una felación cuando dos chicas aparecen diciendo “disculpa ¿Te podemos chupar la *pija*?”; por último, el *clip* que Ibai selecciona como ganador del concurso representa lo que parece el principio de un vídeo pornográfico en el un mecánico está metido debajo de un coche, arreglándolo. La chica, que lleva falda, se coloca encima de el con las piernas abiertas. Cuando este sale de debajo del coche, se desliza entre sus piernas, quedando la cabeza debajo de la falda de esta. Aunque no se ven en el vídeo las

---

<sup>33</sup> Y si tu no me crees, bueno... (Traducción propia).

<sup>34</sup> Pene (Autora).

<sup>35</sup> Videjuego sobre guerra.

partes íntimas de la chica, la grabación representa la visualización de estas por parte del mecánico.

**Vídeo 7. *HABITOS con IBAI LLANOS “HACE AÑOS que no veo PORNO”***, publicado el 26 de julio de 2020 por MostopapiTV en YouTube, 14’50’’:  
<https://www.youtube.com/watch?v=8ASO0Z-kOgc>

En este vídeo Ibai es entrevistado por otro *youtuber* llamado *Mostopapi*, el cual se dedica a hacer preguntas sobre la vida sexual de los entrevistados, entre la gente que entrevista destacan *influencers* famosos y actrices porno. Su canal se basa exclusivamente en eso. A continuación, se muestran una representación del diálogo entre Mostopapi, que hace las preguntas, e Ibai.

—¿Has follado alguna vez con la bata?

—Creo que puesta literal no, pero no te lo puedo confirmar 100% (...).

—Yo sé que no eres muy fanático del porno, pero yo quiero saber ¿Cuál fue el último vídeo porno que viste?

—Pues yo... no es broma que utilizo desde hace bastantes años mi imaginación y bueno por su puesto tengo pareja, entonces la verdad no he necesitado ver porno. Además, yo tengo una paranoia de que se me ha olvidado apagar el *streaming* ...y soy muy paranoico y siento que Barack Obama me puede estar viendo. Cuando quiero *pajearme* utilizo mi imaginación.

—¿Cómo se come mejor un *pussy*<sup>36</sup> con barba o sin ella?

—Yo creo que se come mejor sin barba, es molesta para casi todo. Pero si estas gordo o eres feo es bastante rentable llevarla (...).

—¿El sitio más raro donde te has corrido?

—Yo creo que en el ascensor que comentamos en el directo, un día en un acto de irresponsabilidad juvenil, en un ascensor con mi pareja... En ese momento surgió así, y acabo con el tema en un ...

—¿Por delante o por detrás?

—Depende del día, de la situación, de la imaginación que tengas, de las ganas que tengas, es difícil dar una respuesta (...).

—¿A qué edad perdiste la virginidad?

—A los 19.

—¿Si tienes que elegir donde prefieres acabar en la cara o en la boca?

---

<sup>36</sup>

Coño (traducción propia).

—Pues depende un poco del rival que tienes en frente. Son cosas que tampoco puedes decir así a la ligera, yo creo que hay que conversar, hay que preguntar cómo está el terreno de juego, la situación. A mí me da igual, no noto la diferencia.

—¿Follar o hacer el amor?

—Yo creo que follar es más pasional. Hacer el amor un día puede surgir, pero yo es que soy muy pasional para todo.

—¿Te masturbas mucho?

—Generalmente sí. Son muchas horas en esta casa rodeada de hombres. Depende del día.

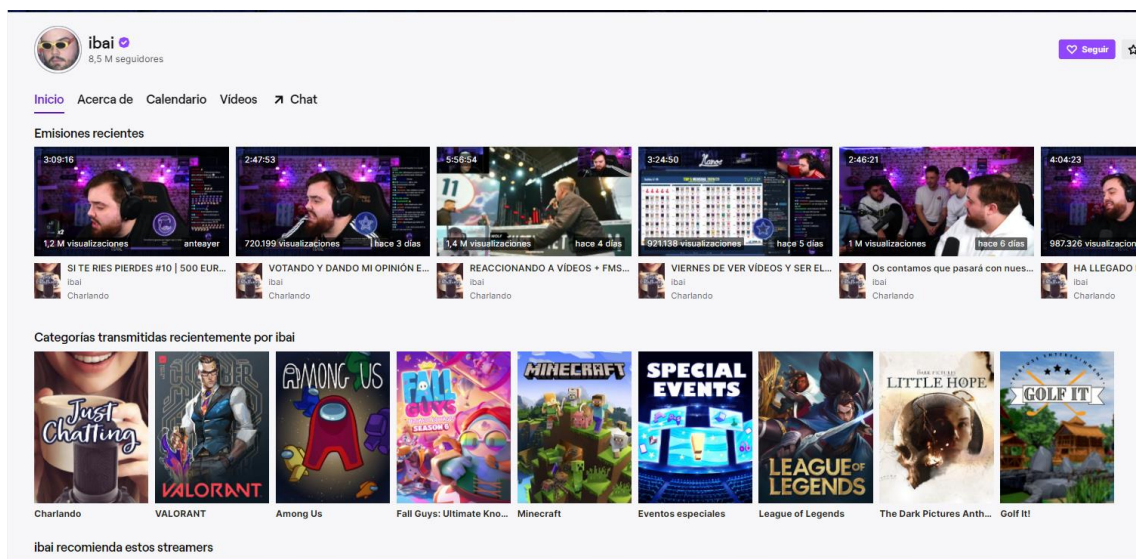
—¿Qué te chupen el culo sí o no?

—Hombre yo creo que sí, es una sensación agradable y al final tampoco pierdes nada por probarlo. No es algo que haya hecho muchísimo, pero oye si tienes confianza, siempre viene bien probar cosas nuevas y descubrir el cuerpo de ambos.

—(Pregunta Ibai a Mostopapi) ¿Alguna vez has mantenido alguna relación sexual con un hombre?

—No, No. Soy bastante heterosexual, aunque soy el mítico heterosexual que se fija más en los tíos guapos que en las chicas. Yo voy con mi novia y digo búa ese pavo yo le destrozaba eh.”

Esta grabación trata expresamente sobre diferentes contenidos sexuales: mantener relaciones sexuales con una bata puesta; hablar sobre la última vez que Ibai consumió porno, a lo cual indica que el prefiere la imaginación, añadiendo que hace años que no lo ve; realizar sexo oral a una mujer con barba o sin barba; el sitio más extraño donde Ibai ha eyaculado; la preferencia de penetrar vaginalmente o analmente; la edad a la que el *youtuber* perdió la virginidad; la inclinación a preferir el término follar o hacer el amor; la frecuencia con la que Ibai se masturba; la preferencia de que le laman el ano o no; y conceptos como la heterosexualidad y homosexualidad al preguntar Ibai a Mostopapi si alguna vez ha mantenido relaciones con un hombre.



**Imagen 46:** Captura 4. Perfil de Ibai en Twitch a 8 de diciembre de 2021

En el perfil de Ibai de Twitch de nuevo sale la cara del *youtuber* junto con otros protagonistas masculinos en las diferentes carátulas de los vídeos. Los colores que predominan en ellos son los rosas y morados, por las luces de fondo de la sala en la que se hace la grabación. Las categorías en las que participa Ibai en Twitch son Charlando, Eventos Especiales y los videojuegos: Valorant, Among Us, Fall Guys, Minecraft, League of Legends, The Dark Pictures y Golf it!

**Tras buscar en YouTube un vídeo que fuera una grabación de un *stream* the Twitch siguiendo los criterios de búsqueda establecidos se procede a analizar el siguiente vídeo:**

**Vídeo 8. REACCIONANDO A *\*HÁBITOS con FATI VÁZQUEZ* de MOSTOPAPI.** Publicado el 23 de septiembre de 2020 por Ibai en YouTube, 16'48'':

<https://www.youtube.com/watch?v=J4RBshAATAU>

En este vídeo Ibai comenta un vídeo que el *youtuber* Mostopapi entrevista a otra *youtuber*, Fati Vázquez. Ibai hace esta emisión en directo en *stream* de Twitch y sube posteriormente la grabación al canal de YouTube. La grabación del vídeo que comenta aparece en grande, mientras que Ibai se graba a sí mismo y aparece en pequeño en la esquina superior derecha de la pantalla. Como se ha indicado en el análisis del vídeo anterior, Mostopapi, es conocido por hacer entrevistas de índole sexual a los participantes. Así, el estilo de las preguntas que le hacía a la entrevistada, Fati, se pueden observar en el siguiente diálogo. Los comentarios que Ibai hace sobre la entrevista aparecen representados en color morado.

“—¿Qué buscas de una persona en la cama sexualmente?”

—Que consiga hacerme llegar al orgasmo más de una vez, ya que me cuesta mucho llegar.

—¿La idea de grabar un vídeo casero te pone?

—No me pone, ni me llama. Hay que disfrutar del momento—De verdad estas preguntas Mostopapi, fuera. No. Porno aquí baneado, estamos en contra—.

—¿Cuál es la media del pene más pequeño que has encontrado?

—Nunca me ha coincido nadie de tenerla pequeña, más bien tamaños estándar— la *youtuber* señala luego una de las más grandes, indicando el tamaño con sus manos—. No te exagero nada, porque es que me dolía, era larga. No disfruté nada.

—¿Por delante o por detrás?

—Por delante.

—¿Máximo de personas con las que has tenido sexo a la vez?

—Una—*Team*<sup>37</sup> 0 trios, el único que hay que hacer en el LOL.

—¿Cuándo perdiste la virginidad?

—16.

—Que acaben los tíos... ¿en la cara o en la boca?

—Ni en la cara, ni en la boca. —Perfecto, ante todo educación, en un papel, en un papel ¡bien dicho chavala! ante todo educación—. En las tetas no me disgustaría, pero ahora como estoy recién operada no he tenido la oportunidad.

—¿Que te escupan sí o no?

—Sí

—¿en la cara o en la boca?

—Me da igual, donde sea. —Perfecto a tope escupitajos.

—¿Follar o hacer el amor?

—Hacer el amor.

—¿Te masturbas mucho?

—Desde que he descubierto los juguetes sexuales, sí.

—¿Hoy?

—Todavía no (risas).

—¿Negros o blancos?

—Me quedo con los dos, no te puedo escoger.

—¿Chupas culos?

---

<sup>37</sup> Equipo (Traducción propia).

—No —Si tu novio no te mama el culo, pa eso que no mame.<sup>38</sup> En este caso, si tu novia no te mama el culo. Fati, cancelada. Cancelada, de verdad—.

—¿Cuántos penes te mandan al mes?

—¿Quieres que abra la bandeja del Instagram y vemos como la tengo de solicitudes?

—¿Te envían penes largos?

—No, lo peor es que no son penes, son penas. Mira te voy a leer uno “pues yo te limpiaba el coño a lametazos. Me encantan tus berzas. Quiero mamar esas tetas correrme y escupirte en el coño” —Tu chaval, pa a ver si te encierran ya en un sitio por favor.

—Ahora es tu turno de hacerme una pregunta a mí—dice Mostopapi.

—Mi fantasía sexual siempre ha sido con un negro. Si yo a ti te hiciera una propuesta indecente, simplemente para cumplir mi fantasía sexual ¿aceptarías? —Bueno el 70% del chat descartados chicos, El Fall Guys vamos cayendo... ¡Papapapa!

—Yo no miento, yo te voy a decir la verdad. Si a mí mi novia me deja, yo te hago unas técnicas de eso de correrte dos veces. Yo te dejaría andando como paco el flaco. —Vamos a ver de verdad... documental del tigre chicos, calma necesito relax... —Ibai pone un documental de animales en el *stream*—.”

En esta grabación, encontramos de nuevo la sexualidad como tema central de la conversación tratándose aspectos como: lo que la entrevistada busca de alguien en la cama, a lo que ella dice que quiere que le hagan llegar al orgasmo varias veces; si a Fati le gustaría grabar un vídeo porno casero—a diferencia de a Ibai, a Fati no le ha preguntado si consume porno, sino si estaría interesada en grabar un vídeo casero—, ante esta pregunta de Mostopapi, Ibai dice “De verdad estas preguntas Mostopapi, fuera. No. Porno aquí baneado, estamos en contra”. Además, se habla de temas como: la medida del pene más pequeño que la entrevistada ha encontrado; la preferencia de tener sexo vaginal o anal; la cantidad de personas con la que ha mantenido relaciones sexuales a la vez; la edad a la que perdió la virginidad; la preferencia de que sus compañeros sexuales eyaculen en su cara o en su boca—ante esta pregunta de Mostopapi, ella dice que en ninguno de esos sitios e Ibai añade “Perfecto, ante todo educación, en un papel, en un papel ¡bien dicho chavala! ante todo educación”—; el gusto de que le escupan durante la relación sexual; la preferencia de acostarse con alguien blanco o negro; la frecuencia con

---

<sup>38</sup> Simula cantar la frase de la canción de Bad Bunny “Si Tu Novio No Te Mama El Culo...” (Autora),



que se masturba; la cantidad de fotos de penes que recibe al mes; y el concepto de fantasía sexual, la cual Fati dice que es mantener sexo “con un negro”, proponiéndole Fati a Mostopapi que se acueste con ella al finalizar el vídeo.

### 7.4.3 CHARLIE D'AMELIO

Entrando dentro del perfil de la *influencer* dentro de la plataforma de TikTok esta es la visión en conjunto que encontramos:

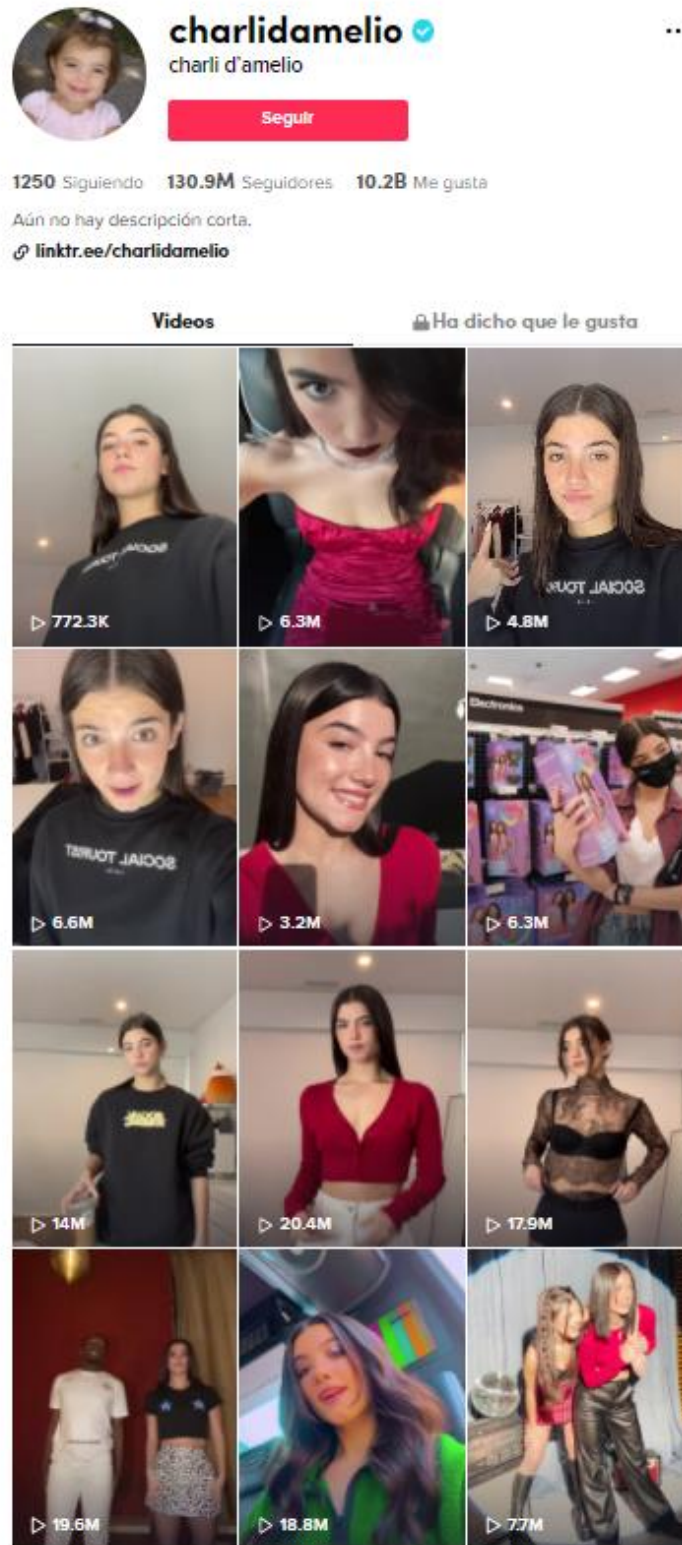


Imagen 47: Captura 5. Perfil de Charli D'Amelio en TikTok a 8 de diciembre de 2021

En todas las carátulas que se pueden ver a primera vista de los *tiktoks* aparece la *influencer*, normalmente en solitario; aunque hay dos en los que sale acompañada: en uno con un chico y en otro con una chica. Predominan los colores negros u oscuros y los tonos rojizos. Aunque no se han encontrado *tiktoks* de la *tiktoker* que contengan o traten sobre sexualidad en sí mismos, se observa como sus *fans* sexualizan su contenido a través de ediciones manipuladas que reproducen sus vídeos a cámara lenta o seleccionan escenas determinadas de la famosa para luego subirlos a otras cuentas con los *hashtags* #hot, #twerk<sup>39</sup>, etc.

**A continuación, se muestran los *links* de dos de los *tiktoks* mencionados encontrados siguiendo los patrones de búsqueda:**

***Tiktok 1. We all agree that charli is hot right***, subido el 8 de julio de 2021 por @sftqvcharli2 en TikTok:

<https://vm.tiktok.com/ZM872WUV2/>

En este *tiktok* la joven aparece haciendo *twerk* en una discoteca con sus amigas. Estas imágenes destaparon polémica entre sus seguidores, se analizará posteriormente en un vídeo de YouTube.



we all agree that charli is hot right? #c...  
sftqvcharli2 9827

**Imagen 48:**  
Carátula *tiktok 1*

***Tiktok 2. Charli D'amelio***, subido el 10 de noviembre de 2021 por @hot.picture en TikTok: <https://vm.tiktok.com/ZM872KHg6/>

Este *tiktok* es una recopilación de fotos de la *influencer* en la que aparece mayoritariamente en *bikini* en diferentes sitios posando hacia la cámara.



Charli D'amelio #hot #charlidamelio  
hot.picture 1234

**Imagen 49:** Carátula *tiktok 2*

La menor ha declarado recibir comentarios irrespetuosos y obscenos en sus cuentas. En TikTok no se han encontrado comentarios de ese estilo, quizás debido a las restricciones de la red social o debido a la gran cantidad de comentarios que esta recibe, recordemos que tiene más de 100 millones de seguidores. Sin embargo, en la plataforma

<sup>39</sup> Estilo de baile que conlleva agacharse, mover las caderas y el culo (Cambridge dictionary).

de Instagram es fácil encontrar mensajes de este estilo, contando también con seguidores que defienden a la joven respondiendo a los ataques.



Imagen 50: Publicación 1. *Bikini Verde* y comentarios

“Déjame esnifarte”, probablemente hace referencia a olisquear a la mujer, pudiendo incluir sus zonas sexuales.



Imagen 51: Publicación 1. *Bikini Verde*. Comentario

“Quiero azotar esas ‘mejillas’ muy fuerte”, probablemente hace alusión a sus nalgas.

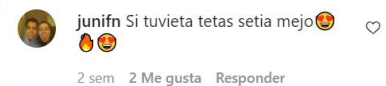


Imagen 52: Publicación 1. *Bikini Verde*

“¡Tetas perfectamente pequeñas, pero dios mío qué caderas!”



Imagen 53: Publicación 1. *Bikini Verde*



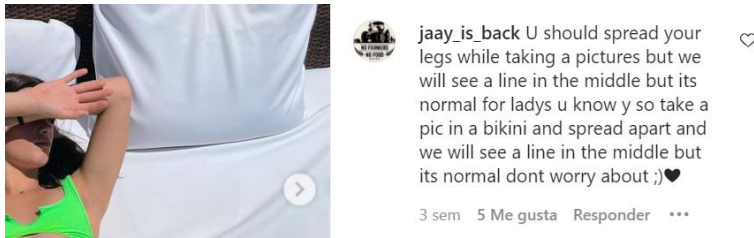


Imagen 54: Publicación 1. *Bikini Verde*

“Deberías abrir tus piernas mientras, así veríamos la línea del medio, pero es normal para las chicas sabes, así que sacate una foto en *bikini*, con las piernas separadas y verenos la línea del medio pero es normal no te preocupes”.

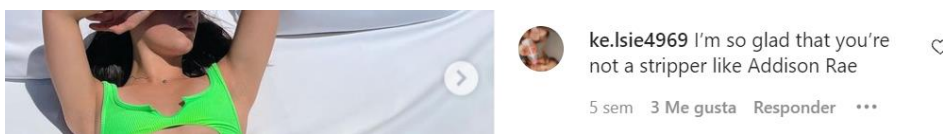


Imagen 55: Publicación 1. *Bikini Verde*

“Estoy muy contenta de que no seas una *stripper* como Addison Rae”.



Imagen 56: Publicación 2. *Bikini azul*

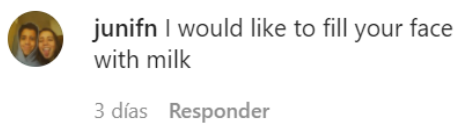


Imagen 57: Publicación 2. *Bikini azul*. Comentario

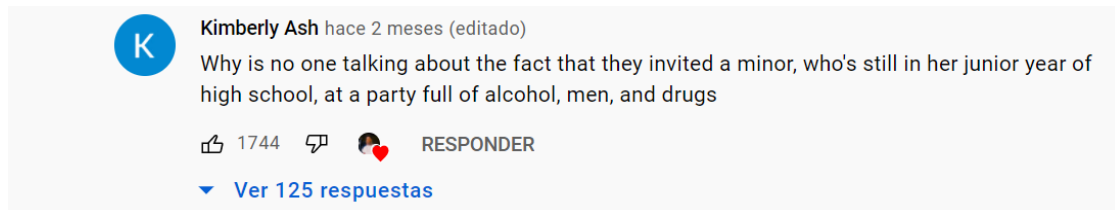
“Me gustaría llenar tu cara con leche”

Al buscar en YouTube “Charli D’Amelio *sexy*” en YouTube los vídeos que aparecen, al igual que en TikTok, son de sus seguidores editando escenas suyas o poniendo a cámara lenta alguno de sus bailes o grabaciones que los fans hacen de la famosa.

**Vídeo 9. *JT Gets Charli D’Amelio to Twerk At a Club with Lil Uzi Vert and Dixie*** 5 de julio de 2021 por Mr JayCray en YouTube:

[https://www.youtube.com/watch?v=DPFOO\\_dU8LM](https://www.youtube.com/watch?v=DPFOO_dU8LM)

Este vídeo, que se ha compartido en diferentes plataformas y apareció también en la búsqueda de TikTok, es uno de los más polémicos: es una escena en la que Charli aparece bailando *twerking* en una discoteca: le acompañan comentarios que a los que la gente ha dado *me gusta* o respondidos numerosamente como “¿Te sigue gustando Charli después de ver esto?”, “Por qué nadie habla sobre el hecho de que han invitado a una menor, que no está aún es su *junior year*<sup>40</sup> de instituto a una fiesta llena de alcohol, hombres y drogas”, “Lo peor es que es una menor en un club lleno de droga, alcohólicos y por lo que parece su vestido es demasiado corto”.



**Imagen 58:** comentario del vídeo 9 analizado



**Imagen 59:** comentario del video 9 analizado

Al igual que en TikTok, son numerosas las cuentas que hacen recopilatorios de los *tiktoks* de la joven, como escenas que la menor ha grabado en la playa en bikini, o recortes concretos de partes de bailes más sexuales, para después promocionar el vídeo como “Los momentos más *sexys* de Charli d’Amelio 2020 (los bikinis más *sexies* y *twerks*)”, “Los *tiktoks* más *sexies* de Charli D’amelio”:

<sup>40</sup> Curso de Estados Unidos en el que los estudiantes tienen entre 16 y 17 años (GMR hsunitedstates)



**Vídeo 10. CHARLI D'AMELIO SEXY MOMENTS 2020 (hottest bikini, twerks)**, (s.f.) publicado por Tikhot en YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=kac-ZkGWBmI>

**Vídeo 11. Charli D'amelio sexiest Tiktok's**, publicado el 13 de mayo de 2021 por Sexy Celebrities en YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=ATsxpoeCIHw>

**Vídeo 12. Se filtra Video NOPOR De Charli Damelio**, (s.f.) publicado por Celebs Club en YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=QWZ1okW2vAc>

Tras buscar en YouTube “Charli d’Amelio porn” o “Charli D’Amelio *nopor*” se encuentra este vídeo, entre otros, que habla sobre la vida de la *influencer* y su subida a la fama junto con la polémica derivada de la divulgación de un vídeo que se hizo viral; en dicho video una joven era grabada mientras aparentemente se masturbaba con un juguete sexual en el baño, llevando puesto solo un sujetador. Aunque no se veía claramente a la persona del vídeo, Charli fue acusada de ser esa joven y recibió numerosas críticas, comentarios y perdió seguidores a raíz de su difusión.

**Vídeo 13. Charli D'Amelio CRIES After Losing 1 MILLION Followers Because of THIS**, (s.f.) publicado por Entertainment Tonight: <https://www.youtube.com/watch?v=pNsNswlGMy0>

La *tiktoker* habla en un directo de Instagram y entre lágrimas para explicar un malentendido de uno de sus videos, el cual generó mucha polémica, denunciando asimismo los mensajes que recibía. La joven de tan solo 17 años acaba llorando, explicando como algunos de los comentarios la incitaban a hacerse daño a sí misma con comentarios del estilo “ahórcate” u otros comentarios dolorosos que tratan de incitarla al suicidio. La joven defiende que puede que su contenido guste o no a la gente; o entiende que la puedan incluso odiar al ser un personaje público, pero defiende que eso no da derecho a la gente a opinar sobre su cuerpo o mandarles mensajes que atentan contra su salud física y psicológica. Afirma que este tipo de comentarios le quitan las ganas de seguir trabajando en las redes sociales.

El malentendido viene derivado de un vídeo grabado por la propia familia de Charli D’Amelio mientras que estaban comiendo los platos que su *chef* les había preparado. La hermana de Charlie, Dixie, encuentra un caracol en su comida y lo coge con asco. Tras preguntar que era se lo come y poco después se levanta de la mesa haciendo gestos de asco y acaba vomitando en la terraza. Más adelante Charli habla de los seguidores que ha conseguido con un amigo:

—Charli: imagínate que hubiera llegado a los 100 millones después de un año...  
—James Charles: ¿los 95 millones no eran suficientes?

—Charli: solo estaba hablando de números pares... —entre risas)—.”

Las críticas llegaron tras la visualización del vídeo, acusando a Dixie de irrespetuosa y desagradecida con su *chef*, a la par que inmadura por su forma de reaccionar y actuar: junto con los criticismos a Charli por haber menospreciado a sus fans, perdiendo después alrededor de un millón de seguidores.



#### 7.4.4 MONISMURF

**monismurf** ✓  
Mónica Morán

Seguir

261 Siguiendo 8.3M Seguidores 313.8M Me gusta

muy mia  
★ be the energy you want to attract  
✉ monismurf@youplaneLes  
🔗 [linktr.ee/monismurf](https://linktr.ee/monismurf)

Videos 🔒 Ha dicho que le gusta

Video Thumbnail	Views
	409.5K
	1.5M
	1.6M
	962.2K
	595.6K
	2.2M
	982.3K
	4.7M
	1.1M
	2.5M
	1.1M
	1.5M

Imagen 60: Captura 6. Perfil de Monismurf en TikTok a 8 de diciembre de 2021

Al igual que el resto de *influencers*, todas las carátulas de los *tiktoks* que aparecen a priori en su perfil de **TikTok** contienen la imagen de la *tiktoker*. En la mayoría de ellas aparece sola, aunque en tres de ellas sale acompañada: en una por una chica, en otra por un chico y en la tercera por un chico y una chica. Los colores que predominan son diversos entrontrando tonos blancos, *beiges* y negros en abundancia.

**Tras aplicar los criterios de búsqueda se analizan los siguientes *tiktoks*:**


***Tiktok 3. Cásense***, 8 de agosto de 2021 publicado por @ luserperson en TikTok: <https://vm.tiktok.com/ZM87heERw/>

Monismurf y su novio, Exi, aparecen en la cama. Ella dice “todo el mundo a dormir dejaos de gilipollices”. El novio de Monismurf la abraza y pide que paren de grabar mientras se ríe. La persona que está grabando dice “mira cómo se arrima, vamos a quitar el cojín este que está entre medias” y tira del cojín. Monismurf dice “oye hay mucha cama, mientras se ríe”, Exi alega que la abraza a ella porque en su casa abraza a un oso mientras que duerme; esta le responde diciendo que puede abrazar a Daniel, otra persona que está en la habitación mientras se graba la escena. Exi se defiende diciendo que no puede abrazarle a él porque se va a levantar por la mañana “contento” y que “va a notar ahí...”, refiriéndose a que puede levantarse con una erección. “¿Y yo?”, responde Monismurf. Exi la trata de tranquilizar añadiendo que hay un cojín de por medio a lo que la *youtuber* dice “me perturba que te tengas que poner un cojín”, toda la escena sucede entre risas. Mientras que la pareja pide que sus amigos se vayan y apagan la luz, estos siguen debatiendo sobre si a pareja debiera quitar el cojín o no. Exponen un momento muy íntimo no solo a sus compañeros de piso, sino a toda la comunidad de internet al subir y publicar el vídeo. En este *tiktok* se tratan temas relacionados con la sexualidad como: la posibilidad de levantarse con una erección por la mañana y la necesidad de poner un cojín que funcione como barrera entre la zona en la que se sitúa el pene del chico y el culo de la chica al dormir abrazados para que este no se excite.

***Tiktok 4. Monismurf hot pics***, publicado el 1 de agosto de 2021 por @hott\_pics en TikTok: <https://vm.tiktok.com/ZM87h1fRA/>

Al igual que pasaba con la *tiktoker* Charli D’Amelio, este *tiktok* publicado por una cuenta diferente a la de la *influencer*, recopila fotos de la *influencer* en la que aparece posando en *bikini*, en la bañera cubierta de espuma o sin camiseta cubriéndose con un sombrero bajo el título de “Fotos calientes de Monismurf”.

La *tiktoker* dispone, como suele pasar con los *influencers*, de famosas cuentas en otras redes sociales. Al no encontrar más contenido relevante en TikTok y siguiendo los patrones de búsqueda para el estudio se realiza la búsqueda en la plataforma de YouTube:

**Vídeo 14. LA PONGO CELOSA POR 24 HORAS**  \*me echa\* Exi, (s.f.) publicado por Exi en YouTube, 14'19": <https://www.youtube.com/watch?v=ibfoKI8X770>

El vídeo, que pertenece al canal de Exi, comienza con el joven diciendo “si esto llega a 100.000 *likes* traigo a mi amor de la infancia”. Se supone que Mónica es el *crush*<sup>41</sup> de Exi, pero no tienen una relación seria. El *youtuber* ha decidido gastar la broma de poner a Mónica celosa 24 horas para descubrir si realmente le gusta a Mónica o no. Exi finge estar entrevistando a la gente de la casa y cuando le toca hablar con Mónica simula que le están llamando por teléfono, al cogerlo se dirige a la persona con la que supuestamente está hablando con apelativos cariñosos, llamándola “amor”, “bebé” y dando a entender que la estaba invitando a venir a la casa. Ante esto Mónica dice “¿Cómo que bebé?” “No tengo porque estar escuchando esto, me voy”. Al rato Exi vuelve a acercarse a ella para seguir con la falsa entrevista y en medio de la conversación, con un audio falso que simula las notificaciones de mensajes, finge estar hablando con esa persona.

La siguiente parte consiste en pedir a Mónica que duerma en el sofá en vez de en la cama que comparten ya que ha invitado a alguien a dormir a la casa esta noche. Mónica le dice que no, que es su cama y que no se la va a dejar. La broma finaliza con un amigo suyo picando al timbre como si fuera la chica invitada. Mónica estaba ya muy enfadada y se estaba yendo a su cuarto. Cuando Exi le ha enseñado que era su amigo y que todo era una broma, Mónica seguía enfadada. El vídeo finaliza con Exi explicando que tiene una sorpresa para Mónica para compensar el sufrimiento que ha pasado.

**Vídeo 15. A QUE [sic] SABEN MIS BESOS CHALLENGE? CON MONISMURF MARINA YERS**, publicado el 4 de noviembre de 2018 por Marina Yers en Youtube, 10'34": <https://www.youtube.com/watch?v=WqdlVLUkT8U&t=292s>

En este vídeo de la cuenta de la *influencer* Marina Yers, las *youtubers* realizan un vídeo que consiste en adivinar el sabor del pintalabios que se ha puesto su compañera. Para ello se pintan los labios y posteriormente se dan un beso. Tras el beso, la compañera debe de adivinar el sabor del pintalabios de la otra. Gana la que adivine más sabores.

---

<sup>41</sup> Persona por la que sientes atracción, sin llegar a estar enamorado (Traducción propia).

Quien pierde debe hacer un reto, que en este caso consiste en beberse Coca-Cola con leche. Mientras tanto las *youtubers* conversan y hablan entre risas. Al principio del vídeo se ve a Mónica más tensa y nerviosa, mientras que al final se ven a ambas protagonistas riéndose y pasándose bien. Durante el vídeo Marina Yers y Monismurf mantienen la siguiente conversación:

—Madre mía, no sé si este vídeo va a ser *family friendly* o no porque nos vamos a estar dando besos las dos, pero espero que YouTube no me desmonetice esta vez otro vídeo más. El de mi primera vez tía, me lo han desmonetizado, pero es que ese es muy heavy también la verdad (...).

—Ese le vi yo ayer. No, si yo estoy igual la perdí a los 14, me sentí super identificada, a mí también me dolió mucho, me hubiera partido en dos (...).

—Verdad tía, no es plan de asustar a las niñas tampoco, pero ... es fuerte, a no ser que estes como preparada, tengas a tu novio no que... que el novio te diga —con voz burlona— baby, te estoy haciendo daño, no...

—Todo muy *Tres metros sobre el cielo* (...).”

## 7.4.5 MARTA DÍAZ

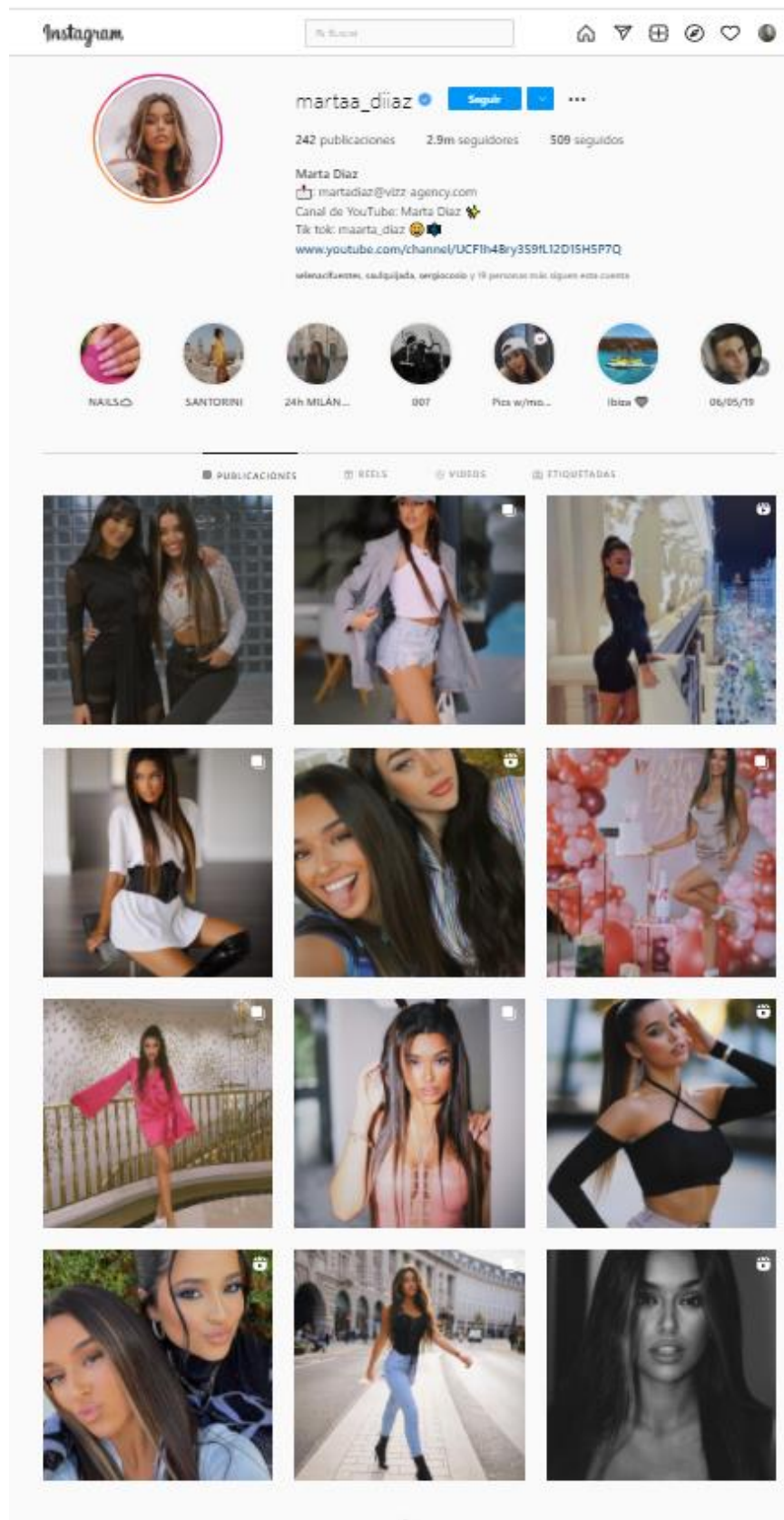


Imagen 61: Captura 7. Perfil de Marta Díaz en Instagram a 8 de diciembre de 2021

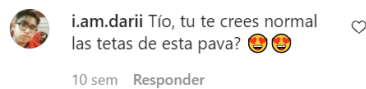


Dentro del perfil de Marta podemos ver que la mayoría de las fotos de su muro de publicaciones son fotos suyas posando de manera artificial y forzada. Sus fotos son profesionales y representan escenas de modelaje. Algunas de sus poses están claramente sexualizadas, por las posiciones de su cadera, sus bocas entreabiertas y las miradas ausentes que no miran a la cámara. Destacan los colores negros, rosas y blancos. La *instagramer* aparece mayoritariamente sola, aunque en tres publicaciones sale acompañada de distintos personajes femeninos.

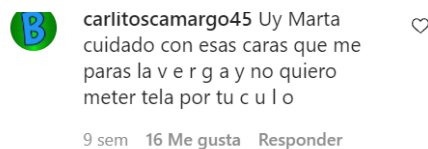
**Se exponen a continuación diferentes fotos del perfil de la *influencer* y algunos de los comentarios que las acompañan.**



**Imagen 63:** Publicación 3. Vestido marrón.



**Imagen 62:** Publicación 3. Vestido marrón.  
Comentario



**Imagen 64:** Publicación 3. Vestido marrón



**Imagen 65.** Publicación 3. Vestido marrón

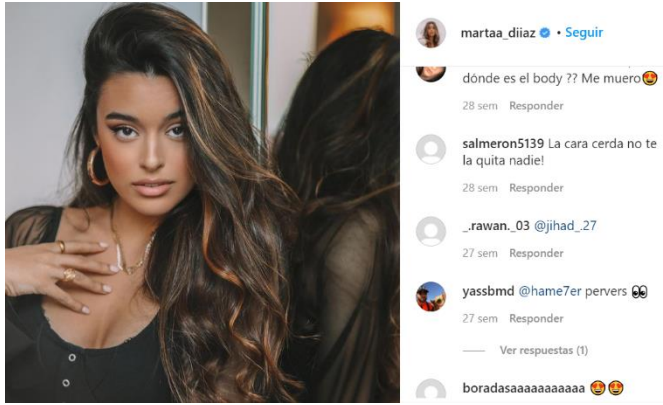


Imagen 66: Publicación 4. Espejo



Imagen 67: Publicación 4. Espejo

Marta aparece posando, mirando hacia la cámara, al lado de un espejo. En las publicaciones 3 y 4 se pueden leer expresiones como:

- “Marta deja de tocarte las tetas que no quiero metértela”
- “¿Marta, puedes subir una foto de tus tetas? Es que da la impresión de que te operaste xd”
- “Uy, Marta cuidado con esas caras que me paras la verga y no quiero metértela por tu culo”
- “[sic] Tú te crees normal las tetas de esta pava?”
- “La cara de cerda no te la quita nadie”
- “TU PA [sic] ACTRIZ PORNO BB”



Imagen 68: Publicación 5. Bañador

Marta aparece posando ante la cámara con un bañador rosa mientras se peina el pelo con una mano y mira a la cámara con la boca entreabierta. A la foto le acompañan comentarios como: “Es un gay ese. Veni [sic] conmigo que vas a gemir como una loca” o “¿Por qué no te haces actriz porno? Pensalo [sic] ganas un montón de guita, cojes con los mejores y nos haces feliz a nosotros. Todos ganamos”.



Imagen 69: Publicación 6. Chaqueta

Marta es fotografiada mientras cruza la calle con un vaso en la mano, gafas de sol, vestido ajustado negro y una chaqueta sobre sus hombros. Aparecen comentarios del estilo: “subo fotos de los pies de marta diaz [sic] y de otras famosas seguirme si os gustan”, “*bagame k* [sic] tipazo si te cojo y te dejo doblada de las metidas kt [sic] doy”. Aunque las fotos de la *influencer* claramente adoptan poses sexualizadas, eso no justifica el tipo de comentarios que esta recibe los cuales son altamente violento y de carácter sexual, tratando temas como: la excitación que experimentan los espectadores al ver a la *influencer* rozarse sus pechos con sus manos; la excitación que sufren los seguidores al ver las “caras de guerra” que pone Marta, haciéndoles que sientan la necesidad de penetrarla analmente; la sugerencia de que Marta se haga actriz porno; la sugerencia de que su novio no la satisface sexualmente; y la penetración.

**Estos son los contenidos relevantes obtenidos con los patrones de búsqueda en YouTube:**

**Vídeo 16. Marta Díaz dice que ha tenido más de 6 veces sexo al día**, publicado por Maphius 76 en YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=qY-rn-7Fivw>

En este vídeo la *youtuber* aparece junto con su expareja y su hermano jugando al juego Yo nunca. Tras la lectura de una frase la *influencer* tenía que reconocer si había



hecho o no lo mencionado en ella alguna vez en su vida. De nuevo se trata de un vídeo antiguo que un seguidor ha subido a su canal, no pertenece a su cuenta propia. Algunas de las afirmaciones eran: “yo nunca he tenido un calentón por Whatsapp”, a lo que la *influencer* dice que no; o “yo nunca he hecho el amor más de 6 veces en una sola noche”, a lo que la *influencer* dice que sí. Como vemos el título del vídeo se centra en captar la atención del espectador centrándose en la respuesta sexual de la *instagrammer*. Se tratan temas relacionados con la sexualidad como la práctica de sexo más de 6 veces en una noche o la excitación sexual.

**Vídeo 17. *ORGASMO DE MARTA DÍAZ***, (s.f.) publicado por martasexy en YouTube: [https://www.youtube.com/watch?v=3HSseL\\_LDMc](https://www.youtube.com/watch?v=3HSseL_LDMc)

Se trata de un vídeo en el que la *influencer* sale con su hermano, también *youtuber*. Cuando esta se sienta en la silla emite un sonido de cansancio y su hermano le mira con cara extrañado. La persona que edita el vídeo repite el sonido de Marta a cámara lenta y enfocando su cara varias veces. Junto con el título se entiende que están sexualizando el comportamiento de Marta y asociándolo a un gemido sexual. ¿En los comentarios se leen expresiones como “más de uno se jaló con este sonido” o “soy el único al que le excita ese sonido?”. Se tratan aspectos de índole sexual como el concepto de orgasmo, que le da nombre al vídeo.

**Vídeo 18. *RESPONDIENDO A PREGUNTAS \*MUY INCÓMODAS\**** - Marta, (s.f.) publicado por Marta Díaz en YouTube, 10'23”:

<https://www.youtube.com/watch?v=ghxOdxFf99U&t=7s>

El video comienza con Marta explicando el tipo de vídeo que viene a continuación diciendo que se trata de un *preguntas y respuestas*. Ella responderá a preguntas incómodas que sus seguidores le han hecho por Instagram. Sin embargo, según cuenta, es un vídeo un tanto especial ya que es su hermano el que ha seleccionado las preguntas y su hermana pequeña la que se las pregunta; respondiendo, por tanto, a las preguntas sobre la marcha sin haber preparado, según dice ella, las respuestas. La *youtuber* repite durante la entrevista en numeradas ocasiones “cómo se nota que ha sido mi hermano el que las ha escogido” ya que la mayoría son de índole sexual. Las preguntas que responde la *influencer* son las siguientes: ¿Alguna vez ha sido infiel? ¿Te consideras una persona tóxica? ¿Harías un *hábitos con Mostopapi*<sup>42</sup>? ¿Con cuántos chicos has estado en una relación seria? ¿Alguna vez te ha gustado un amigo? ¿Con cuántas personas has estado

---

<sup>42</sup> Título de la sección del *youtuber* Mostopapi en la que el tema central de la entrevista son temas relacionados con las relaciones sexuales de los y las entrevistadas.

en una noche? ¿Has bebido alguna vez en tu vida? ¿Alguna vez has dicho que no a una foto con una fan? ¿En qué red social ganas más dinero? ¿Te harías un OnlyFans? A continuación, se muestran algunos fragmentos de la grabación acompañados de los tiempos en los que tienen lugar:

(0'54'') “—yo puse la condición de que no os pasaseis, pero ya veo que no me hicisteis caso (...) algunas muy *heavies* otras *chill* y otras bueno, un poquito de todo.<sup>43</sup> (...) De estilo... bueno ya se sabe más o menos de qué estilo... por dónde habéis tirado (...).”

(3'16'') “—Me habéis dicho muchísimos, pero cuando digo mucho es muchísimos, ósea una locura de gente, la pregunta del millón yo creo. ¿Haría un *hábitos con Mostopapi*? Eh... no me ha invitado, no he recibido ninguna invitación. No, ahora en serio, ya sabéis lo reservada que soy yo para muchas cosas. Y esta lógicamente es una de ellas. Si que me he visto algún que otro vídeo y la verdad me han parecido muy divertidos. Yo no me veo respondiendo ese tipo de cosas (...) Encima Mostopapi va un poco a macheta, la verdad, va un poquito ahí... a darle, pues bueno, nunca digas nunca ¿no? Pero ahora la verdad que no me veo... Pero sí que me he visto muchos vídeos y reitero que son muy buenos—.”

(4'23'') “—¿Con cuántos chicos has estado en una noche? Yo la verdad, que mi máximo, por así decirlo, ha sido una persona y siempre ha sido o mi pareja o una persona con la que he estado más tiempo pero que no se ha considerado pareja como tal. Eso de una noche a mí no me gusta, personalmente, que cada uno haga lo que quiera, pero a mí no me termina de convencer—.”

(9'10'') “—Siguiendo y última pregunta *megahiperultrahecha* [sic] ¿Para cuándo un OnlyFans? Madre mía, me hace gracia porque ya lo das por hecho... Vamos a ver, no lo tengo pensado, no está en mi mente, no está en mis planes (...) no lo veo, a secas. Vuelvo a reiterar [sic], que cada uno haga lo que le dé la gana mientras que no haga daño a nadie, pero yo ya digo que no lo veo. Qué madre mía la cantidad de personas que me lo habéis preguntado, telita...—”

De este modo, en esta grabación se tratan aspectos sobre la sexualidad como: la cantidad de personas con la que la *influencer* ha mantenido relaciones sexuales en una noche; si se ha sentido atraída sexualmente por un amigo; si fuera entrevistada por Mostopapi, canal de entrevistas de índole sexual, y si se abriría una cuenta de OnlyFans,

---

<sup>43</sup> Indicando que algunas preguntas eran más fuertes y otras más relajadas.

plataforma que ha adquirido recientemente una alta popularidad por los perfiles de contenido para adultos de índole sexual que allí se publican.

## 7.4.6 ÁNGELA MÁRMOL

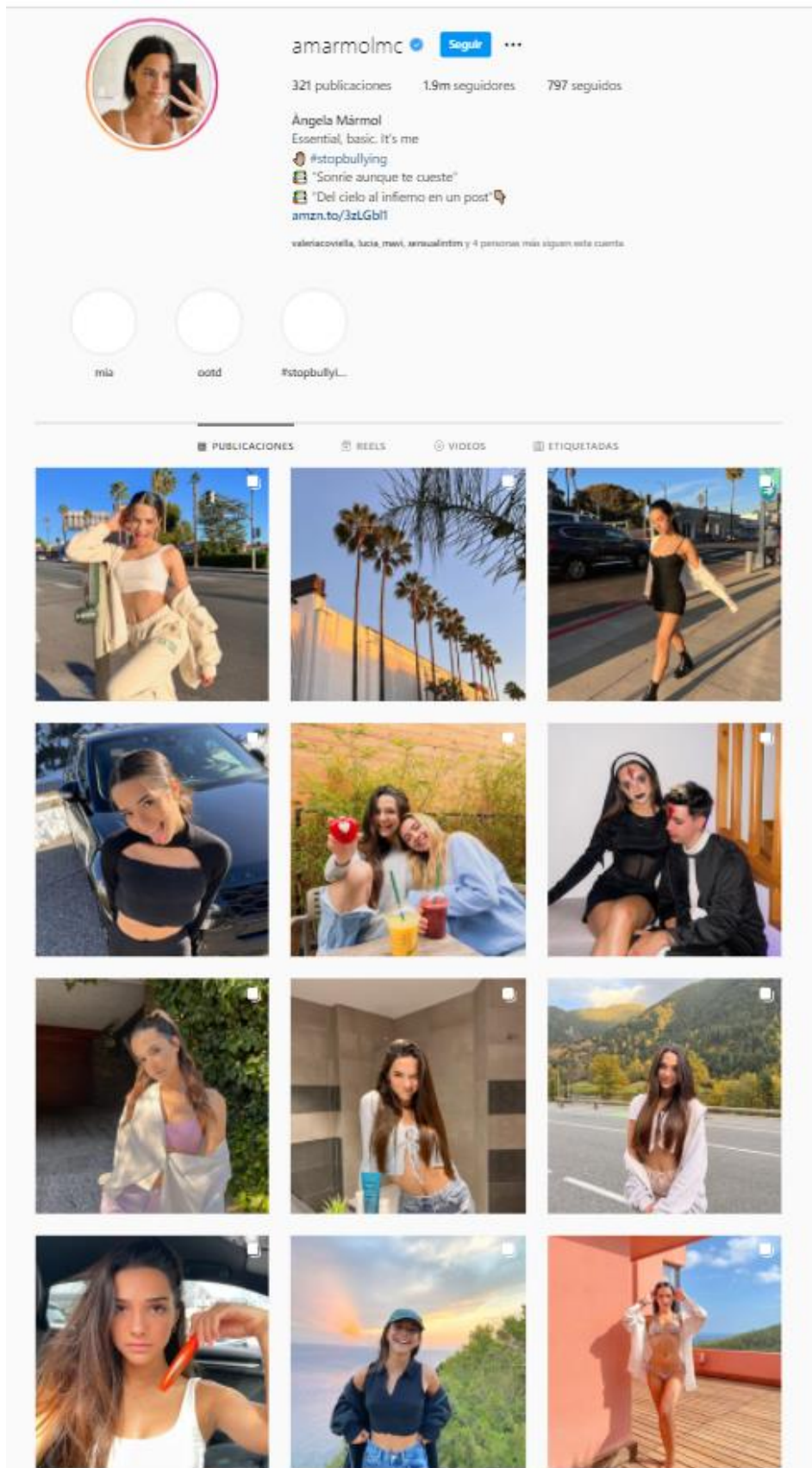


Imagen 70: Captura 8. Perfil de Ángela Mármol en Instagram a 8 de diciembre de 2021

En la captura del perfil de Ángela se puede observar como la joven aparece en todas las publicaciones de este. En la mayoría sale sola, a excepción de dos publicaciones en las que sale acompañada, en una con un chico y en otra con una chica. Las fotos están tomadas tanto en interiores como exteriores y los colores que predominan son el *beige*, el blanco, el negro y el azul.

Se procede a analizar algunas de las fotos de su perfil de Instagram acompañadas de los comentarios que presentan de acuerdo con los criterios de búsqueda.



Imagen 71: Publicación 7. Pelo en coleta

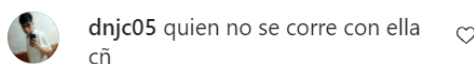


Imagen 72: Publicación 7. Pelo en coleta

Ángela posa de perfil en una playa en *bikini* mientras se hace una coleta. La mirada de la chica no se dirige hacia el objetivo de la cámara, sino que mira hacia abajo. En la publicación se encuentran comentarios como “Esta tarde ya tengo con quien hacerme una *paja*”, o “quien no se corre con ella cñ [sic]”, refiriéndose ambos comentarios a masturbarse o eyacular con la excitación de la publicación.

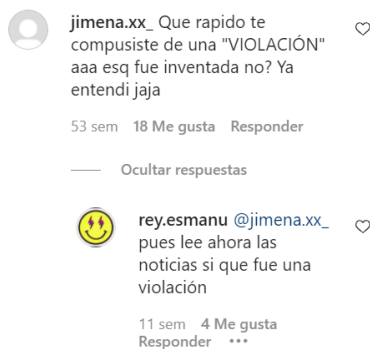


**Imagen 73:** Publicación 8. Barco

En esta publicación Ángela aparece posando de pie y en *bikini* sobre un barco. Con una mano agarra una cuerda, con la otra se toca la cabeza, una de sus piernas esta flexionada y apoyada sobre la otra. Uno de los comentarios de índole sexual que destacan es “tienes un culo grande te biolaría [sic]”, esta expresión no solo juzga el aspecto físico de la influencer, sino que la amenaza, utilizando la expresión *violar*.

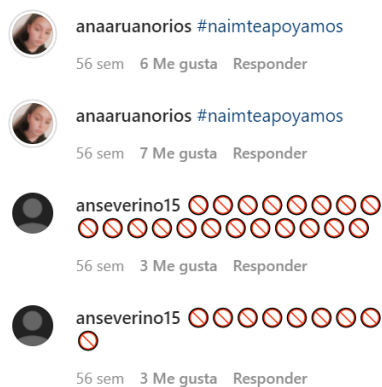


**Imagen 74:** Publicación 9. Sudadera gris

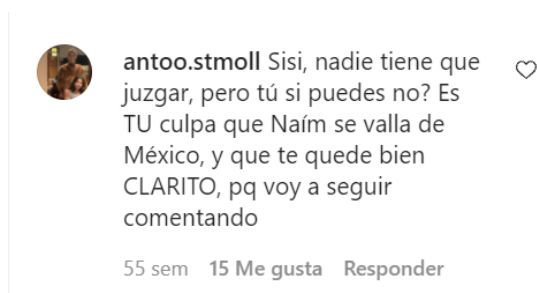


**Imagen 75:** Publicación 9. Sudadera gris





**Imagen 76:** Publicación 9. Sudadera gris



**Imagen 77:** Imagen 60: Publicación 9. Sudadera gris



**Imagen 78:** Imagen 60: Publicación 9. Sudadera gris

En esta publicación la *influencer* aparece sentada sobre una roca en la playa, lleva puesta una sudadera gris y la parte de abajo del *bikini*. Mira hacia cámara con la boca entreabierta y sujetándose con las manos las tiras de la parte de abajo del *bikini*. Uno de los comentarios sexuales destacados es “madre mía te metía la *polla* en tu boca hasta dentro”, haciendo referencia a que la *influencer* le practicara sexo oral. Además, son varios las expresiones de odio que la joven recibe en esta publicación ante la polémica que surgió en las redes entre Ángela Mármol y su exnovio también *tiktoker*, Naim Darrechi. Así, se encuentran expresiones como “sos [sic] una mierda, ¿ok? por tu culpa @naimdarrechi se va de España, no sabes cuanto te odio”, “Qué rápido de compusiste de una VIOLACIÓN, aaaah es que fue inventada ¿no? Ya entendí”. La menor es acusada de haber mentido y haber denunciado falsamente a su exnovio Naim, por haberla violado.

Los seguidores de Naim que le defendieron comenzaron a comentar las publicaciones de la joven con el *hashtag* #naimteapoyamos sumados a otro tipo de comentarios. La polémica surgió a raíz de un video en directo en el que el propio Naim acusa a Ángela y a su madre de haberle denunciado por violación a modo de venganza, siendo este hecho, a su parecer, mentira. Se puede ver la grabación del directo de Naim en el siguiente vídeo.

**Vídeo 19. Naim Darrechi Habla de la denuncia de Angela Mármol (Directo Completo)**, (s.f.) publicado por Mambita en Youtube, 10'09":  
<https://www.youtube.com/watch?v=ZENYHWR1e1I>

“Habíamos discutido y estábamos mal. Pues resulta que a las dos semanas me encuentro una denuncia, vais a flipar, hay una denuncia por maltrato y por violación (...). Pero eh, yo estoy aquí en Argentina, ¿vosotros os pensáis que un maltratador y que un violador va a venir aquí en Argentina? La madre la obligó a ella a denunciarme (...) porque yo supuestamente la había maltratado y violado en marzo, según ella. Ha contado eso, ha sido capaz de contar que yo la he violado por despecho, por despecho. Sí discutimos, te rompí un móvil, es verdad (...) En la relación yo he hecho cosas y me equivoco, pero tú has sido mucho más violenta conmigo físicamente, yo jamás te he puesto la mano encima. Te habré empujado pues como todas las parejas, pero jamás te he *levantado la mano encima*. Nunca he sido mala persona contigo. Jamás te he deseado el mal y tú me lo estas deseando ahora (...) A mí me ha *arañado*, me ha hecho de todo, y lo he tomado como una cosa de la relación. Hemos discutido como las parejas normales (...) Te agradezco que hayas hecho esto porque te voy a olvidar muchísimo más fácil (...) Yo desde pequeño era un chico nervioso, que no controlaba sus impulsos. Desde los 12 años estoy con ayuda del psicólogo (...) veían que yo tenía un problema de autocontrol, de autoridad, tenía un problema con la policía (...). He cometido muchísimos errores, he sido una persona violenta, he tenido problemas en casa, he estado bajo libertad vigilada, bajo el control de una educadora social, (...) ahora soy otra persona. Ella era muy celosa, Era una relación tóxica yo no la culpo a ella eso ha sido un error de los dos.”

Este mismo *influencer*, Naim Darrechim, destapó una gran polémica posteriormente, por sus declaraciones machistas y violentas en la entrevista con el *youtuber* Mostopapi, del que ya hemos analizado dos vídeos. En la entrevista Naim afirmaba decir a las chicas con las que mantenía relaciones que “era estéril”, a pesar de no tener evidencias de ello, o de eyacular dentro de las mujeres sin su consentimiento. Se pueden ver estas declaraciones en el **vídeo 20**, esta grabación fue subida al canal de Mostopapi y posteriormente borrada tras el escándalo, actualmente es otra cuenta la que la ha grabado y subido a su perfil.



**Vídeo 20. HÁBITOS con NAIM DARRECHI "ME ENCANTARÍA QUE ME VEAN HACERLO" (VIDEO BORRADO COMPLETO) [RESUBIDO],** publicado por Yassine Ahmad gamer HD el mejor anal 2021 en YouTube, 19'44'':

<https://www.youtube.com/watch?v=JaWFmH7leMM>

(“2’ 37’”)—¿Cómo es Naim Darrechi en la cama?

— . . . Tengo dos modos, el modo sport y el modo tranca . . . El modo *tranca* es con esa persona que aún no tienes tanta confianza, no te quieres pasar . . . el modo sport que ya hay confianza . . . no te van a denunciar por ello, tienes vía libre. Con una que no tienes confianza tienes que cumplir y . . . comportarte bien . . .

(9’54’’) —Yo solo te digo que, si tienes pensado en el futuro hacerte OnlyFans, yo lo pago.

—Estamos ahí a ver, a ver, negociando, pero no con OnlyFans, viene una plataforma nueva y ahí a lo mejor.

(12’39’’) —Naim: Me gusta todo, dentro a mí me gusta dentro, Mosto.

—A ti te gusta acabar dentro

—Sí . . . y yo creo que soy estéril, es una teoría porque yo he dicho voy a hacer mi propio experimento y aún no he tenido un hijo, Mosto.

—¿Qué experimento? ¿Qué has llegado a hacer como experimento?

—¿Yo? La lotería mosto, yo *bro*, he usado, mira esto yo no quiero que lo hagan los chavales.

—Justo es lo que iba a decir, en plan, jóvenes, esto que vais a oír es algo que está en su universo, no lo hagáis.

—Es simplemente porque a mí, no puedo, me cuesta mucho con condón, nunca lo utilizo hasta que un día dije, *tío* es raro que no haya dejado embarazo a ninguna así, así que voy a empezar a acabar dentro siempre, sin ningún tipo de problema y nunca ha pasado nada y yo estoy empezando a pensar que tengo un problema.

—Pero cuando acabas dentro ellas no te dicen nada, en plan oye *bro*...

—Sí, pero bueno yo les digo que tranquilas que soy estéril, es verdad. Tu tranquila que yo me he operado *pa* no tener hijos y cuando me llegue el hijo, bendito sea.”

**Utilizando los criterios de búsqueda establecidos se busca en la plataforma YouTube con el fin de encontrar más información acerca del tipo de contenido que**

la *influencer* emite para encontrar posibles contenidos relacionados con la sexualidad se encuentran las siguientes grabaciones:

**Vídeo 21. ¿¡CUAL ES NUESTRA POSTURA FAVORITA!? PREGUNTAS ÍNTIMAS CON MI NOVIA**, (s.f.) publicado por Widler Soldier en Youtube, 11' 19": <https://www.youtube.com/watch?v=eUKvoT3mYxY>

En este vídeo de Widler Soldier, el actual novio de Ángela Mármol, explica que el vídeo consistirá en responder a las preguntas más íntimas y *salseantes* que sus seguidores les han hecho a través de las redes sociales.

“—¿Tenéis alguna fantasía sexual?

—Pues yo sí, la típica de cuando eres pequeño el típico trío, pero, por ejemplo, a mí me gusta mucho el tema *cosplays*<sup>44</sup>, el tema animadora y todo eso. —Dice Widler.

—No tengo —añade Ángela.

—¿Lo habéis hecho en algún sitio público?

—Ya lo hemos hecho —dice ella— No tendemos a ello.

—¿Perdonaríais una infidelidad?

— . . .

—¿Cuál es vuestra postura favorita?

— . . . ”

A esta última pregunta, la cual era el título del vídeo, los *youtubers* no responden. Sin embargo, afirman que la responderán en un nuevo vídeo, del cual dejan un *link* en la descripción de YouTube. Se podría deducir que han utilizado esta técnica para ganar visualizaciones en sus vídeos. El enlace aparece en otra plataforma distinta a YouTube. En este vídeo se han tratado distintos aspectos relacionados con la sexualidad como el concepto de fantasía sexual; el hecho de mantener relaciones sexuales en un espacio público o el concepto de infidelidad. También conversan sobre cuál es su postura favorita a la hora de mantener relaciones sexuales, aunque no acaban respondiendo a la pregunta.

**Vídeo 22. HÁBITOS CON WIDLER Y ANGELA MARMOL: “UN MILLON DE LIKES Y HACEMOS UN INTERCAMBIO DE PAREJAS”**, publicado el 12 de abril de 2021 por Mostopapi fans en YouTube:

<https://www.youtube.com/watch?v=-6OotKP5RpU>

---

<sup>44</sup> *Fans* que se dedican a vestirse como personajes favoritos de series o películas y que históricamente se han caracterizado por la hipersexualización de sus representaciones, sobre todo en las figuras femeninas (Rose y Salter 2021).

En este vídeo el *youtuber* Mostopapi entrevista a la pareja en su sección de “Hábitos con...” en el que las preguntas se basan en descubrir los gustos sexuales de los entrevistados. No se ha encontrado el vídeo original, este es una publicación de otro canal. Aquí vemos algunos fragmentos de la conversación.

—Me gustaría que me digáis que frase es la que más utiliza Widler o Ángela en la cama.

—No habla mucho pero solo lo que dice es mi amor que me corro —dice ella.

—Una pareja *family friendly* hablando de sexo duro conmigo...

— . . .

—Soy un *youtuber* (...) y me hice famoso por masturbarme en unos baños públicos — responde Widler.

—¿Cuántas técnicas hacéis a la semana?

—Entre 4 y 10 —dice él— Ayer dos.

—¿Qué es lo mejor que hace el uno al otro?

—Ángela hace un movimiento con el culillo cuando está arriba que yo aprecio—añade Widler.

—A mí me gusta, por decir de alguna manera... cuando bajas —dice ella.

—¿Con qué otra pareja *top* harías un intercambio? —Widler responde que con el propio Mostopapi y su pareja. Mostopapi acepta si el vídeo recibe un millón de *likes*. Ángela a todo esto ni si quiera ha respondido o aceptado, solo se ríe. Mostopapi le indica que no cree que el vídeo llegue a tener esos *likes*, pero que, si pasa, vaya estirando.

—¿Dónde te gusta más acabar en la cara o en la boca?

—En la boca— responde Widler.

—Pues no será conmigo —responde ella.

—¿Os masturbáis mucho?

—Ella más que yo, está todo el día tocando la guitarra.

—¡Oye, no es verdad! —se defiende Ángela.

—Widler, ¿Te gusta que te chupen el culo?

—Llevo una semana intentando que pase, pero no hay manera.

—Hay mucho pelo y veo lo mucho que caga, yo ahí no entraría —dice ella.”

Mostopapi no le hace esta pregunta a Ángela y tras una serie de preguntas la entrevista finaliza. En este vídeo se han tratado diferentes aspectos relacionados con la sexualidad como: la frase que los *influencers* utilizan más durante el sexo; el hecho de que Widler se hiciera famoso como *youtuber* por masturbarse en un baño público; el número de veces que mantienen relaciones a la semana; la preferencia de que Widler

eyacule en la cara o en la boca; la preferencia de Widler a que su novia le lama el ano, aunque esta se niega a ello.

## 7.5 ANEXO V: MAPEO DE CONTENIDO: TIKTOK

En esta sección se procede a ilustrar el tipo de imágenes o *tiktoks* que la plataforma recomienda a la cuenta creada para el estudio, la cual simula ser de una persona de 13 años.

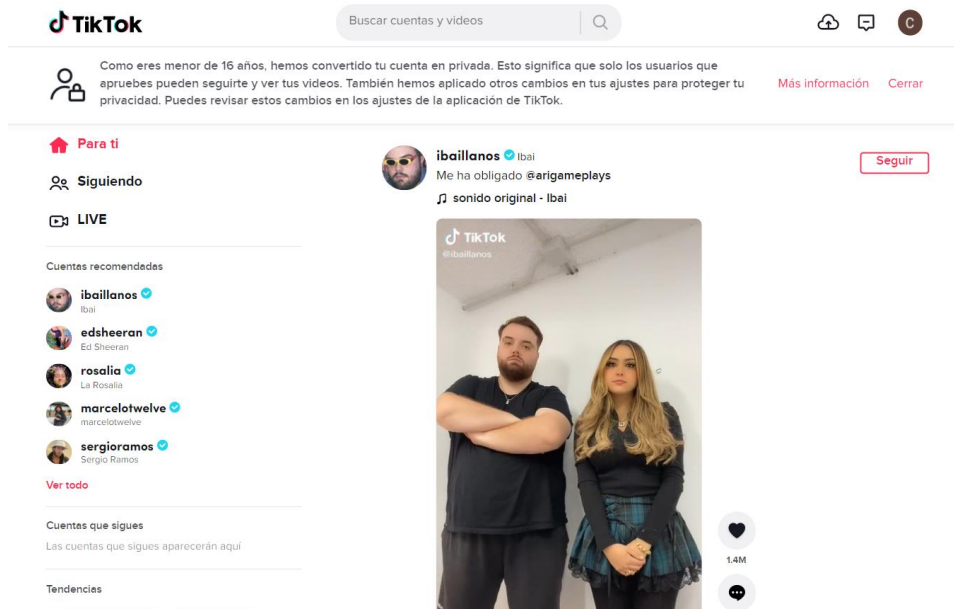


Imagen 79: Captura 1 de las sugerencias de TikTok a la cuenta creada, al hacer el registro en la plataforma

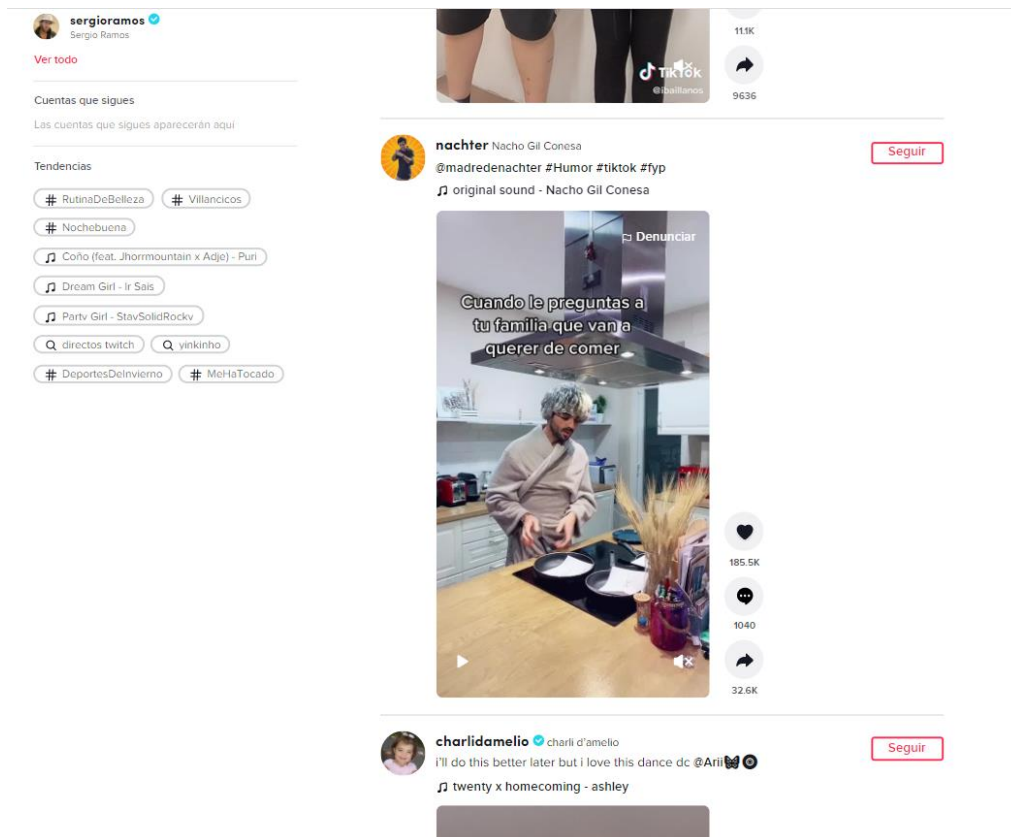


Imagen 80: Captura 2 de las sugerencias de TikTok a la cuenta creada, nada más hacer el registro en la plataforma

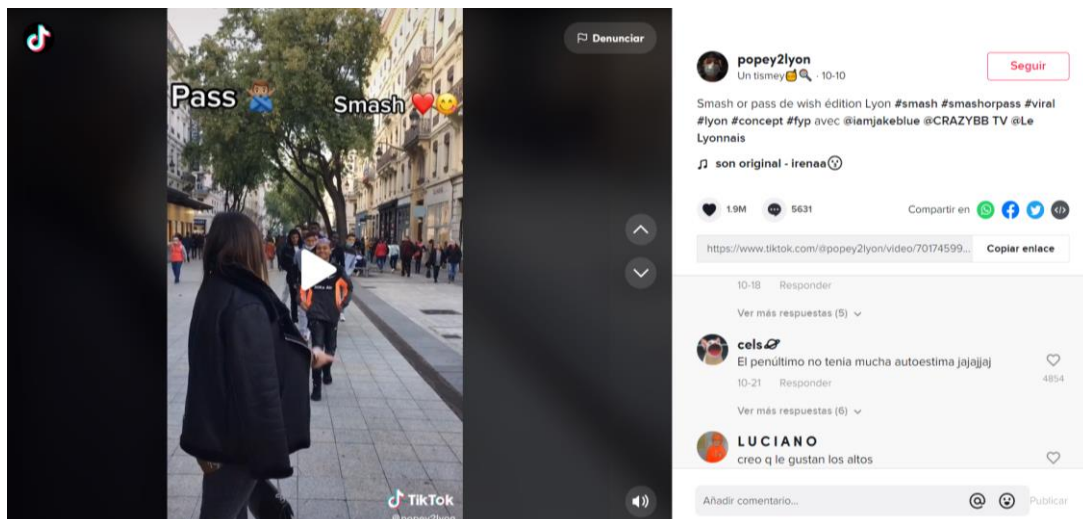
Como se aprecia en las imágenes, los tres primeros *posts* que la plataforma recomienda en el momento de creación de la cuenta de TikTok para el estudio son de las cuentas de Ibai, Nachter y Charli D'Amelio; coincidiendo dos de ellos con los preferidos por el alumnado en la encuesta. En segundo lugar y a través de la cuenta creada para el trabajo, se sigue a todos los perfiles destacados en la encuesta: Ibai, AuronPlay, Charli D'amelio, Monismurf, Marta Díaz y Ángela Mármol. Posteriormente, se accede de nuevo a la parte de la plataforma de TikTok llamada Inicio o *Para Ti*, en la que se recomienda contenido al consumidor, el cual puede ser de los perfiles a los que la cuenta sigue o de otros perfiles diferentes. Se exponen a continuación los *tiktoks* relacionados con la sexualidad o la pornografía que se encuentran en esta sección minutos después de realizar el registro en la plataforma y seguir a las cuentas mencionadas anteriormente.



**Imagen 81:** Recomendación en la sección Para Ti o Inicio de la cuenta capitanmoscu:

[https://www.tiktok.com/@capitanmoscu/video/7022596574660398342?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1](https://www.tiktok.com/@capitanmoscu/video/7022596574660398342?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1)

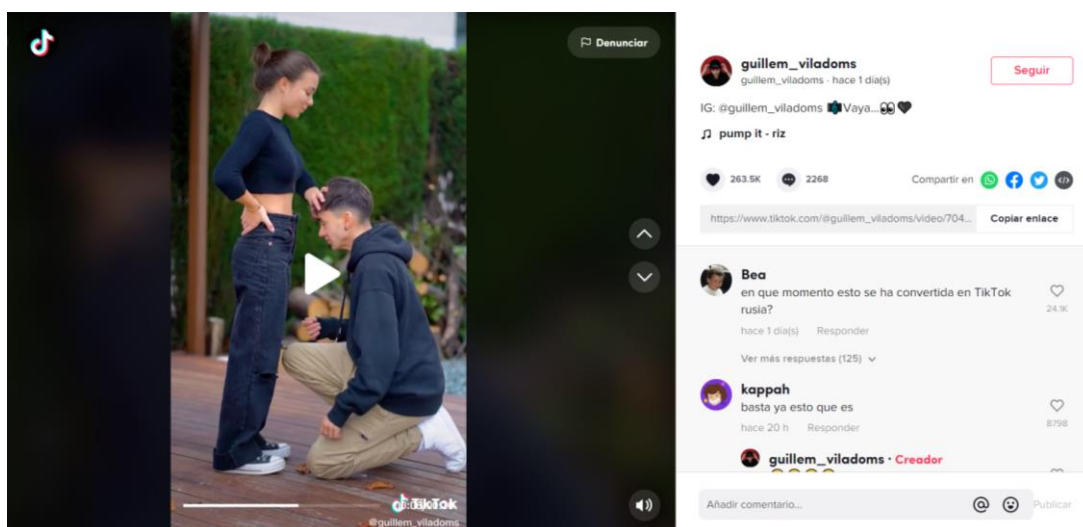
Este *tiktok* recopila un viejo anuncio de preservativos Durex. El protagonista camina por la calle de camino a una cita y cientos de hombres disfrazados de espermatozoides le persiguen. El hombre se para en un escaparate de lencería y los espermatozoides se pegan al cristal tras él. Cuando llega al punto de encuentro con la chica, todos ellos salen disparados hacia ella nada más verla, en avalancha. Justo antes de pasar por encima de ella, un preservativo gigante los atrapa. Después de esta escena el chico y la chica caminan tranquilamente por la calle.



**Imagen 82:** Recomendación en la sección Para Ti o Inicio de la cuenta popey2lyon:

[https://www.tiktok.com/@popey2lyon/video/7017459909411360006?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1&q=popey2lyon&t=1640693114169](https://www.tiktok.com/@popey2lyon/video/7017459909411360006?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&q=popey2lyon&t=1640693114169)

El *tiktok* simula una aplicación de citas en la vida real. Los candidatos se ponen en fila y la chica mueve la mano hacia la izquierda rechazándolos (*Pass*) o derecha aceptándolos como candidatos (*Smash*) como si interactuara con la pantalla del móvil.

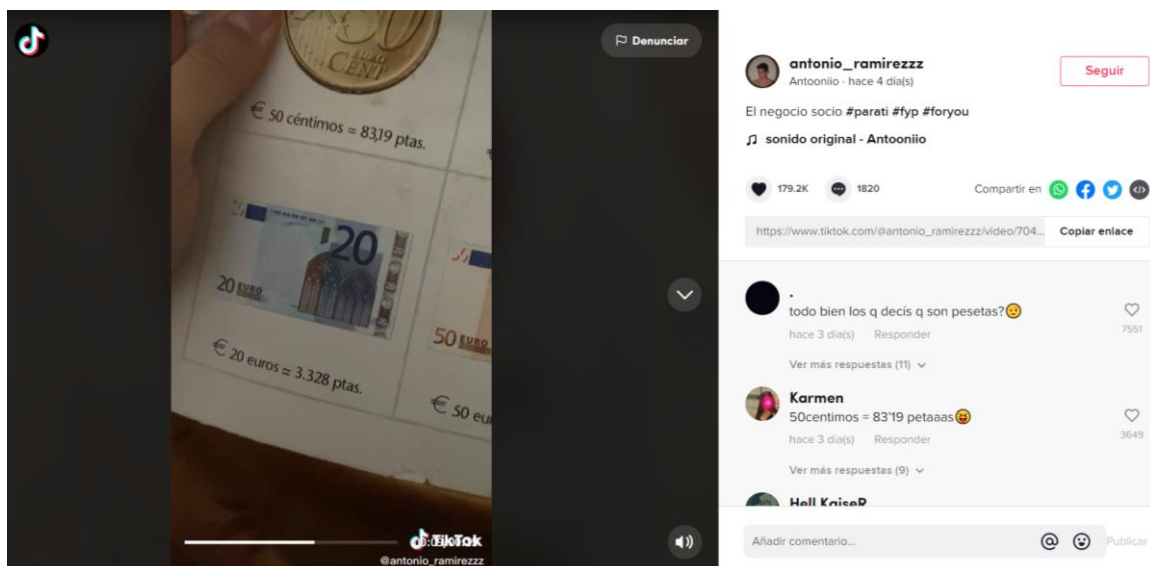


**Imagen 83:** Recomendación en la sección Para Ti o Inicio de la cuenta guillem\_viladoms:

[https://www.tiktok.com/@guillem\\_viladoms/video/7046027192962174213?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1](https://www.tiktok.com/@guillem_viladoms/video/7046027192962174213?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1)

En este *tiktok* el chico está atándole los zapatos a la chica, al finalizar se acerca a la zona púbica de esta con su cara. Al verlo ella le empuja por la cabeza cayéndose este hacia atrás.





**Imagen 84:** Recomendación en la sección Para Ti o Inicio de la cuenta antonio\_ramirez22:

[https://www.tiktok.com/@antonio\\_ramirez22/video/7045226802838605061?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1](https://www.tiktok.com/@antonio_ramirez22/video/7045226802838605061?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1)

Este *tiktok*, con tono humorístico interpreta la abreviatura ptas., de pesetas, como putas; representando el siguiente diálogo:

—“Que baratas están las putas, 1 céntimo 1,66 putas. No lo sabía.

—¿20 pesetas cuantas son?

—¿Si tengo 20 euros cuántas putas tengo? Ostia 3328 putas, muchas.”

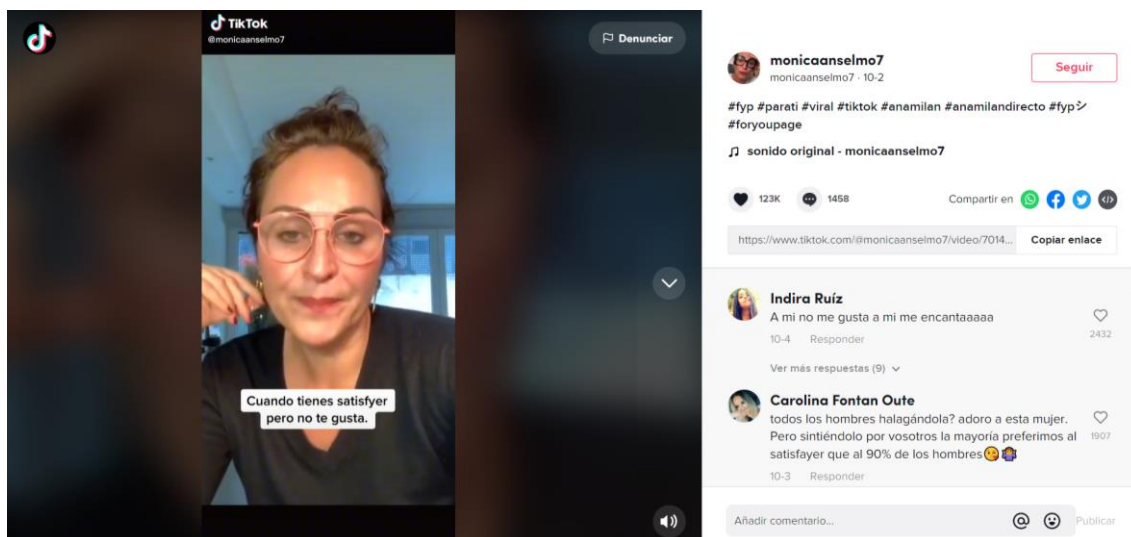


**Imagen 85:** Recomendación en la sección Para Ti o Inicio de la cuenta gemelasabello2:

[https://www.tiktok.com/@gemelasabello2/video/7046487636256607494?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1](https://www.tiktok.com/@gemelasabello2/video/7046487636256607494?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1)

Las chicas bailan moviendo sus caderas suavemente al ritmo de la música mientras que los chicos las miran. El título del *tiktok* es ¿Quién se ve más nervioso?





**Imagen 86:** Recomendación en la sección Para Ti o Inicio de la cuenta monicaanselmo7:

[https://www.tiktok.com/@monicaanselmo7/video/7014505419636788486?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1](https://www.tiktok.com/@monicaanselmo7/video/7014505419636788486?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1)

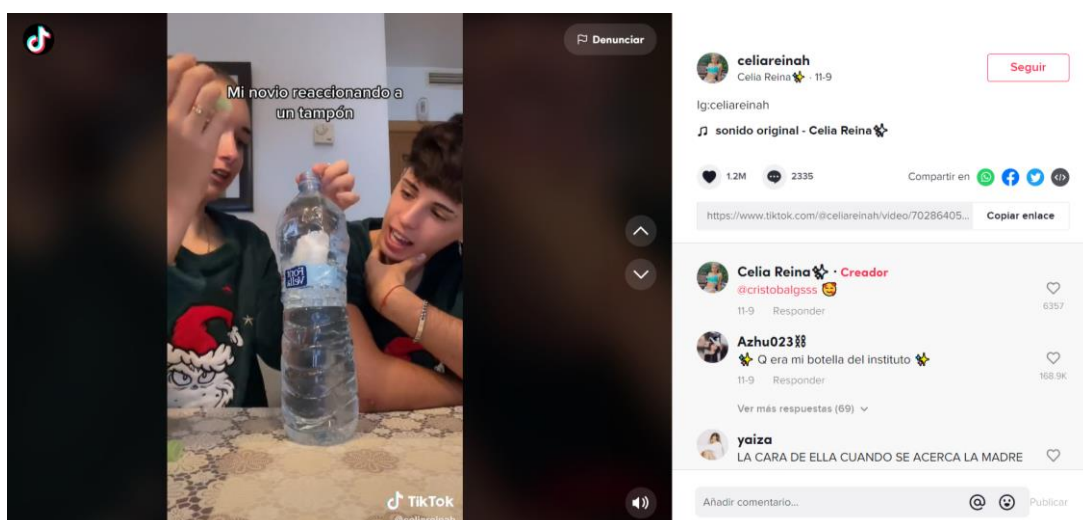
La cuenta contiene grabaciones de la famosa Ana Milán subidas a este perfil. En este caso la conversación trata sobre el uso del juguete sexual usado para la masturbación femenina, el *satisfyer*.

“—¿Tienes *satisfyer*?

—Sí,

—¿Qué tal?

—Meh, no. No es lo mío, no me gusta, no me gusta. Es como ...raro, como metálico, como no, meh no sé, no lo sé...”



**Imagen 87:** Recomendación en la sección Para Ti o Inicio de la cuenta celiareinah:

[https://www.tiktok.com/@celiareinah/video/7028640570218237189?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1](https://www.tiktok.com/@celiareinah/video/7028640570218237189?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1)

En este *tiktok* titulado *Mi novio reaccionando a un tampón*, la chica introduce en una botella con agua un tampón a lo que el chico responde:

—Bebéee, que era mi botella del instituto.  
 —De aquí se saca cuando quite el agua.  
 —Me bebo el agua y ya cuando llegue la colilla hago así y la saco.  
 —¿Cuál es tu reacción?  
 — (...) Mira lo que ha hecho Trini, mamáaaa.  
 —Os voy a dar una ostia, Eres más gilipollas que. Mira vais los dos al colegio ahora mismo. Dejáis de hacer el gilipollas o vais al colegio.”



**Imagen 88:** Recomendación en la sección Para Ti o Inicio de la cuenta marc.loga:

[https://www.tiktok.com/@marc.loga/video/7036376308951026949?is\\_copy\\_url=1&is\\_from\\_webapp=v1](https://www.tiktok.com/@marc.loga/video/7036376308951026949?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1)

El *tiktok* habla sobre aspectos que, según el joven, solo entienden los chicos.

Este comienza con el siguiente diálogo:

— Cosas que solo entendemos los chicos, si sabes alguna te hago un *cunniilingus*<sup>45</sup>.

—Vale—dice ella.

(..)

—¿Puedes parar de tocarme el culo? —dice él.

—Es que es muy *blandiblu*, responde la chica,

—Sí, *blandiblu* tus turururu...—dice él.”

<sup>45</sup>

Practica sexual consistente en aplicar la boca a la vulva (RAE).

