



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

Acciones y realidades ante la manipulación social: redes sociales, publicidad y marketing

Coords.

Irene Baena Cuder
Dolores Rando Cueto
Sofía Otero Escudero

Dykinson, S.L.

ACCIONES Y REALIDADES ANTE LA MANIPULACIÓN SOCIAL:
REDES SOCIALES, PUBLICIDAD Y MARKETING



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

ACCIONES Y REALIDADES
ANTE LA MANIPULACIÓN SOCIAL:
REDES SOCIALES, PUBLICIDAD Y MARKETING

Coords.

IRENE BAENA CUDER
DOLORES RANDO CUETO
SOFIA OTERO ESCUDERO

Dykinson, S.L.

2023

ACCIONES Y REACCIONES ANTE LA MANIPULACIÓN SOCIAL:
REDES SOCIALES, PUBLICIDAD Y MARKETING

Diseño de cubierta y maquetación: Francisco Anaya Benítez

© de los textos: los autores

© de la presente edición: Dykinson S.L.

Madrid - 2023

N.º 121 de la colección Conocimiento Contemporáneo

1ª edición, 2023

ISBN: 978-84-1170-142-6

NOTA EDITORIAL: Los puntos de vista, opiniones y contenidos expresados en esta obra son de exclusiva responsabilidad de sus respectivos autores. Dichas posturas y contenidos no reflejan necesariamente los puntos de vista de Dykinson S.L., ni de los editores o coordinadores de la obra.

Los autores asumen la responsabilidad total y absoluta de garantizar que todo el contenido que aportan a la obra es original, no ha sido plagiado y no infringe los derechos de autor de terceros. Es responsabilidad de los autores obtener los permisos adecuados para incluir material previamente publicado en otro lugar. Dykinson S.L. no asume ninguna responsabilidad por posibles infracciones a los derechos de autor, actos de plagio u otras formas de responsabilidad relacionadas con los contenidos de la obra. En caso de disputas legales que surjan debido a dichas infracciones, los autores serán los únicos responsables.

DESAFÍOS DIDÁCTICOS PARA EL PENSAMIENTO CRÍTICO EN LA ERA DE TIKTOK: DESINFORMACIÓN SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO EN LAS REDES SOCIALES

OLIVER KLAWITTER
Universidad de Erfurt

CLAUDIA GRÜMPEL
Universidad de Alicante

1. INTRODUCCIÓN

Los servicios de redes sociales de corta duración están en auge entre usuarios jóvenes. La plataforma china de videos cortos TikTok se ha convertido en una parte importante de la vida en línea de los jóvenes y adultos jóvenes. Aunque esta plataforma se diseñó principalmente dirigida al ocio, se presta también para difundir mensajes políticos.

En la adolescencia, la formación de la opinión se ve influida por muchos factores sociales y parece necesario educar a los jóvenes de un modo crítico y así fomentar opiniones reflexionadas. Por ello, se precisa transmitir unos criterios críticos que permitan detectar una posible manipulación política en las redes sociales de esta plataforma.

Los actores políticos utilizan la plataforma de manera específica para dirigirse a un público joven. Actualmente, esta plataforma tiene usuarios a partir de los trece años, lo que apunta a un público que todavía se desarrolla intelectualmente y confía en sus ídolos e influencers. La información difundida carece de filtros de verificación, se difunden masivamente y los usuarios peligran de considerar la información de estos videos fiables y por lo tanto, estos videos provocan un alto grado de interacción.

En comparación con plataformas como Instagram y Twitter que muestran contenidos según el orden cronológico de aparición, la plataforma Tiktok sigue un algoritmo diferente que permite a cada usuario un gran impacto de los contenidos compartidos, independientemente del número de seguidores basándose en el comportamiento de uso. Es decir, el algoritmo de TikTok se centra más en el contenido personalizado y el contenido polarizante, mientras que Twitter se centra en el orden cronológico y los diferentes formatos de medios.

2. OBJETIVOS

Acceder al conocimiento de una forma ilimitada e inmediata se ha convertido en una práctica cotidiana. El uso temprano de las ofertas multimediales requiere asimilar una competencia mediática crítica y una sensibilización. Uno de los objetivos es desarrollar un modelo didáctico concreto para formar una serie de criterios críticos y protocolos destinados a jóvenes usuarios de la plataforma TikTok. Concretamente, se trata de hacerse eco de unas iniciativas llevadas a cabo en proyectos que promueven la competencia mediática, tales como por ejemplo la iniciativa HOOU (Hamburg Open Online University)⁶⁰.

Al mismo tiempo, se trata de aplicar el método documental bajo el concepto de un método combinado que contempla describir las imágenes y videografías (Bohnsack, 2009; Kanter, 2016) y, por otro lado, se formulan unas preguntas de reflexión crítica en forma de un concepto didáctico basándose en los resultados de la plataforma open source HOOU.

La socialización de los jóvenes se realiza hoy en día en parte a través de los nuevos medios de comunicación (Fleischer, 2018; Süß & Lampert, Trültzsch-Wijnen, 2018). Según Hurrelmann y Quenzel (2016), las redes sociales pueden proporcionar orientación en el desarrollo personal (Süß & Lampert, Trültzsch-Wijnen, 2018). Los jóvenes suelen ser followers (seguidores) de personas y formatos que les sirven de modelos. Como lo describe Hurrelmann y Quenzel, los medios de comunicación,

⁶⁰ La Universidad Online Abierta de Hamburgo (HOOU) promueve la creación de oportunidades innovadoras de aprendizaje digital y las ofrece de libre acceso.

junto con la familia, los amigos y la escuela, influyen en la construcción de la identidad y la orientación del individuo dentro de la sociedad y constituyen un papel importante en los jóvenes (Fleischer, 2018; Hurrelmann & Quenzel, 2016). Algunos medios de comunicación se escapan del control parental y proporcionan espacios no controlados (Hurrelmann & Quenzel, 2016).

Por lo tanto, es importante comprender los procedimientos de los algoritmos de las plataformas que están detrás de los programas y motores de búsqueda. Estos algoritmos pueden clasificar y filtrar contenidos como apropiados o inapropiados (Katzenbach, 2018). Por lo tanto, es elemental que los usuarios adquieran competencias para entender las máquinas de relevancia. Existe evidencia que la comunicación social está cambiando con el uso de estos algoritmos que implican poder mediático al decidir sobre la relevancia, atribuyendo o restando temas, actores y argumentos y clasificando los contenidos como legítimos o ilegítimos (Katzenbach, 2018).

Se justifica aquí una breve reflexión sobre el funcionamiento del algoritmo de TikTok que se basa en el aprendizaje automático seleccionando los contenidos en función del comportamiento de los usuarios. Es decir, los vídeos que se muestran a los usuarios se basan en sus interacciones previas con la plataforma, tales como los vídeos que les han gustado o los que han comentado o compartido. El algoritmo de TikTok también favorece los contenidos polarizantes y que llaman la atención para mantener a los usuarios más tiempo en la plataforma según el reportaje “TikTok erobert die Welt” (TikTok conquista el mundo) emitido por la cadena estatal francoalemana ARTE en el año 2022.

Una de las características más llamativas de TikTok estriba en la proliferación de vídeos de duración muy corta y de su escasa profundidad. Con esta estrategia se mantiene a los en mayoría jóvenes usuarios el mayor tiempo posible en la plataforma exponiéndose a anuncios publicitarios ocultos. Los algoritmos se basan en el comportamiento de uso tales como "me gusta", los comentarios realizados y el tiempo de permanencia para recomendar contenidos adaptados a los usuarios (Oswald, 2021). Además, existe un valor de predicción controlado por aprendizaje automático, es decir, cuantos más usuarios utilicen TikTok,

más preciso será el valor predictivo, lo que se interpreta como crítica al crear una dependencia de los usuarios a la plataforma (AlgorithmWatch, 2019).⁶¹

Estas plataformas previstas de mecanismos de polarización requieren una reflexión y una reformulación de la competencia mediática con el objetivo de ofrecer conceptos didácticos para la sensibilización de la generación z y alfa.⁶²

En la pedagogía mediática se ha definido la competencia mediática por Baacke (1997, 2007), lo que justifica aquí una reflexión sobre sus conceptos y reflexionar sobre una adaptación a la realidad digital. En este modelo predigital, la crítica mediática de comunicación incluye las características, análisis, reflexión y ética lo que consideramos válidos también para la era digital. Lo que implica una revisión de los conceptos didácticos para sensibilizar y crear una postura crítica en el uso de las plataformas a la hora de la recepción de los contenidos.

La competencia mediática es también un conjunto de herramientas que, según Bourdieu (1979), genera un capital cultural capaz de cambiar nuestra relación con el mundo y con nosotros a través de un proceso de transformación. Un uso crítico de los medios de comunicación requiere un hábito basado en diversos conceptos pedagógicos y sociológicos (Bourdieu, 1979; Bohnsack, 2009; Bohnsack, Nentwig-Gesemann & Nohl, 2013; Schäffer, 2003, 2005). Un hábito no es rígido, sino que se deriva de nuestras experiencias previas. En este sentido, los determinantes de nuestras primeras experiencias establecen un marco que se amplía con nuevas experiencias en espacios sociales (Mannheim, 1980). Estos

⁶¹ AlgorithmWatch es una organización no gubernamental sin ánimo de lucro fundada en Berlín en 2017 con el objetivo de observar y clasificar los procesos de toma de decisiones algorítmicas.

⁶² La generación actual de estudiantes puede clasificarse por generación z y generación alfa. La generación alfa comprende nacimientos entre 2010 y 2025. La generación z se compone de jóvenes nacidos aproximadamente entre 1997 y 2012. La distinción entre la generación z y la alfa se basa en la edad y el uso de smartphones y redes sociales. La generación alfa es la primera generación que tuvo contacto con dispositivos digitales desde edades tempranas y cuyos padres ya fueron usuarios de tales dispositivos. La generación z también tuvo su primer contacto con el uso de los medios digitales en la temprana infancia, sin embargo, sus padres iniciaron más tarde con estos dispositivos (Süss, Lampert, & Wijnen, 2010).

nuevos espacios sociales de experiencia amplían nuestras antiguas experiencias y sus limitaciones, pero dejan inalterados los primeros determinantes. Por lo tanto, los espacios experienciales tempranos compartidos constituyen grupos de individuos con criterios de selección similares (Bourdieu, 1987).

Así pues, el concepto de hábito proporciona un marco para describir la cultura, la educación, la formación y sus posibles procesos de transformación. En el contexto didáctico se trata de la posibilidad de aprender competencias mediante la formación de un hábito que conduzca a la competencia mediática como resultado de un proceso educativo. Se trata, pues, de desarrollar protocolos con el objetivo de automatizar el proceso de verificación individual.

4. METODOLOGÍA

Los nuevos formatos de las plataformas y los rápidos cambios de las mismas requieren un enfoque en destrezas basadas en el pensamiento crítico.

El método propuesto se compone por distintos procedimientos. Por un lado, se describen las imágenes y videografías con el método documental (Bohnsack 2009; Kanter 2016) y, por otro lado, se complementan transversalmente con una serie de preguntas didácticas basadas en proyectos que promueven la competencia mediática, tales como por ejemplo el proyecto HOOU (Hamburg Open Online University).

El método documental dirigido a la imagen consta de dos interpretaciones, la formulada y la reflectante. Sin embargo, esta interpretación de la imagen, tiene su origen en las teorías artísticas basadas en el método iconográfico e iconológico de Erwin Panofsky (1975) y a continuación de Max Imdahl (1994). El primer paso de este proceso comienza con la interpretación formulada que se centra en el "qué" y reconstruye el conocimiento comunicativo-generalizado. Este nivel incluye dos interpretaciones, la preiconográfica e la iconográfica. El nivel preiconográfico describe lo que es visible en la imagen (objetos, fenómenos y secuencias de movimiento) y no contempla conocimientos culturales o sociales. Se describe la composición de la imagen, por ejemplo, en el primer plano,

en el plano medio y el fondo. Si la imagen contiene personas, se estima la edad, se describe la ropa, el peinado, los gestos y las expresiones faciales (Bohnsack, 2009). La identificación de las acciones constituye una base crucial para la interpretación en el segundo nivel, el iconográfico. En este nivel iconográfico se formula el tema o asunto de la imagen y se le atribuye a los movimientos un motivo.

El segundo paso de este procedimiento es la interpretación reflectante que se orienta por el "cómo". La interpretación reflectante se divide por la composición formal (planos, escena y perspectivas) y por el nivel iconológico-icónico que describe paradojas y curiosidades. Si se analizan varias imágenes, se sigue con un análisis comparativo y en una última fase se forma una tipología.

En este concepto didáctico esbozamos los distintos pasos de la interpretación formulada (qué) y reflectante (cómo) y la complementamos por una serie de preguntas (dónde, cuándo, por qué, quién). Estas preguntas enfocan en el saber comunicativo y al repetir el procedimiento como algo rutinario se convierte en un saber conjuntivo y, por lo tanto, en un hábito educativo y una postura crítica o un pensamiento crítico. Es decir, este saber conjuntivo se caracteriza por experiencias compartidas entre actores. Esta forma de conocimiento se adquiere en un entorno común (aula) y en la propia práctica, y es reconocible a través de un hábito congruente o un entendimiento inmediato entre unos y otros.

En resumen, el método documental sigue los siguientes pasos: (1) interpretación formulada, (2) interpretación reflectante, (3) análisis comparativo y (4) tipología.

En este estudio mostramos a través de una serie de imágenes los dos procedimientos complementarios cuyo objetivo es reforzar la competencia mediática. La primera aproximación (tabla 1) a la imagen se realiza mediante descripciones detalladas (nivel preiconográfico, iconográfico, composición formal, iconológica e icónica). La competencia mediática debe formarse en el marco de un concepto pedagógico que utilice dos métodos complementarios. En un primer procedimiento, se trata de reforzar la percepción de los detalles siguiendo el método documental (tabla 1).

TABLA 1. Procedimiento del método documental de interpretación de imágenes.

Método documental de interpretación de imágenes	
1. Interpretación formulada (qué):	2. Interpretación reflectante (cómo):
a) Nivel preiconográfico <ul style="list-style-type: none"> - captura de objetos, fenómenos y secuencias de movimiento - primer plano, plano medio y fondo de la imagen 	a) Composición formal <ul style="list-style-type: none"> - composición planimétrica - coreografía escénica - proyección de la perspectiva
b) nivel iconográfico <ul style="list-style-type: none"> - formulación del tema de la imagen - motivos 	b) interpretación iconológica e icónica <ul style="list-style-type: none"> - elaboración de paradojas y curiosidades
3. Análisis comparativo (comparación)	
4. Formación de tipología (asignación)	

Fuente: Bohnsack, 2009

En un segundo enfoque, los resultados se validan dentro de criterios críticos basados en las recomendaciones de HOOU (tabla 2). A continuación se describen los contenidos de los criterios críticos basados en experiencias avaladas por esta iniciativa.

TABLA 2. Criterios críticos basados en las recomendaciones de HOOU (2023)

Criterios críticos como concepto didáctico de verificación de contenidos TikTok	
1. Fuente de la información	Comprobar páginas o perfiles de redes sociales desconocidos antes de compartir nada. ¿Qué más se publica allí? ¿Qué perfil existe desde hace tiempo o es nuevo? ¿A qué otros perfiles está vinculado? ¿Tiene algún gancho que confirme la autenticidad de la persona? ¿Hay alguna huella con los datos de contacto del operador del sitio o se esconden?

2. Qué muestra la foto	<ul style="list-style-type: none"> - guardar la foto o copiar la dirección de Internet (URL) - hacer clic sobre la foto y subirla a la búsqueda de imágenes en Google o Yandex, por ejemplo. La búsqueda inversa de imágenes se muestra en qué otras páginas de Internet aparecen. Así se puede ver rápidamente qué muestra realmente la foto. Es preciso asegurarse que estos sitios son de confianza.
3. Confirmación de los contenidos	<ul style="list-style-type: none"> - introducir el titular o las palabras clave más importantes en un motor de búsqueda. - seleccionar entre los resultados los sitios de buena reputación y comprobar si hay una segunda fuente. Si se dice que algo ha ocurrido en una ciudad determinada, puedes buscar directamente en periódicos o emisoras de esa zona.
4. En el caso de evidencias de desinformación	<ul style="list-style-type: none"> - comprobar en los comentarios de un vídeo en YouTube o Instagram en el caso de dudas sobre si todo es correcto. A menudo ya han postado otras personas que también son escépticas. - comprobar si está publicado un enlace que desmiente la desinformación. - buscar en Google las palabras clave de tu tema junto con "fake", "false" o "hoax". <p>En ambos casos, es posible encontrarse con desinformación intencionada que declara falsa una información correcta, noticias falsas y comprobar rumores. Contrastar la información con fact checkers (por ejemplo correctiv.org)</p>
5. Fecha de publicación	<p>Algunas afirmaciones no son falsas, pero hace tiempo que quedaron obsoletas. Por lo tanto: cuando busque fotos o una segunda fuente, es preciso comprobarlo: ¿Hay una fecha? ¿La fecha puede ser correcta?</p>

Fuente : <https://www.hoou.de/>

En esta ampliación de la propuesta metodológica cuyo objetivo es la sensibilización de contenidos de TikTok se pretende ampliar la metodología con distintos procedimientos. Por un lado, siguiendo el método documental dirigido a la imagen que consta de dos interpretaciones, la formulada y la reflectante (tabla 3).

TABLA 3. Protocolo de verificación de la información.

Fase 1: interpretación basada en el método documental	
qué	descripción de los objetos y acciones
cómo	descripción de la composición y curiosidades
Fase 2: verificación digital de los resultados	
dónde	localidad: verificación del lugar (Google-búsqueda inversa)
cuándo	tiempo: verificación de la fecha de la publicación
porqué	causalidad: identificación y verificación del tema
quien	autor de la desinformación

Fuente: elaboración propia

En este concepto didáctico esbozamos los distintos pasos de la interpretación formulada (qué) y reflectante (cómo) y la complementamos por una serie de preguntas (dónde, cuando, por qué, quien). Estas preguntas enfocan en el saber comunicativo y al repetir el procedimiento como algo rutinario se convierte en un saber conjuntivo y, por lo tanto, en un hábito educativo y una postura crítica o pensamiento crítico. Es decir, este saber conjuntivo se caracteriza por experiencias compartidas entre actores. Esta forma de conocimiento se adquiere en un entorno común (aula) y en la propia práctica, y es reconocible a través de un hábito congruente o un entendimiento inmediato entre unos y otros.

5. APLICACIÓN DE LOS MÉTODOS DE ANÁLISIS DE IMÁGENES EN CLASE

Para la ilustración de los dos procedimientos hemos elegido una serie de imágenes de capturas de pantallas tomadas en videos de TikTok. Los videos fueron publicados y compartidos y presentan desinformación en

texto e imagen (video). Utilizamos la tabla 3 a modo de ejemplo para presentar el protocolo didáctico en una interpretación ejemplificada. A continuación comparamos algunos aspectos puntuales de la serie analizada con el objetivo de esbozar unos puntos tipológicos.

5.1. INTERPRETACIÓN DE LA IMAGEN

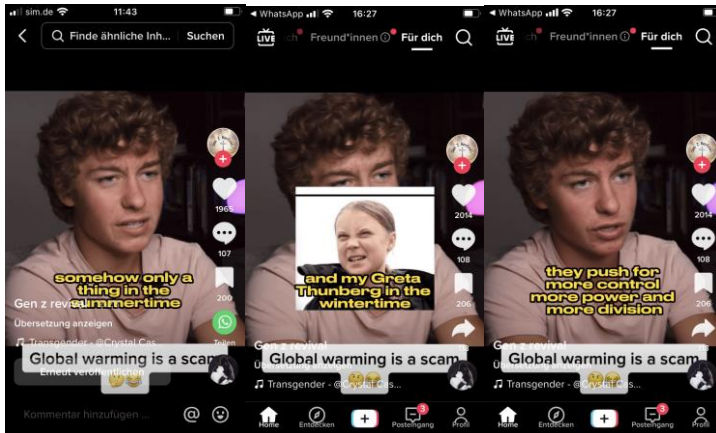
En este apartado se explica primero el algoritmo de la plataforma TikTok al seleccionar los videos temáticos siguiendo criterios como limitación temporal, referencia temática, tasa de interacción, desinformación. Para el estudio se han seleccionado en la plataforma TikTok una serie de imágenes relacionadas con la búsqueda a través de palabras clave (p.j. *climate, global warming, fake news*). La búsqueda generó una serie de videos entre los cuales se analizaron tres con la metodología propuesta.

Para esto se creó primero una cuenta de usuario y se seleccionaron los términos de la búsqueda, a continuación se esperaba que se activara el algoritmo dando una serie de videos basados en el comportamiento de uso, en este caso enfocado en la desinformación respecto al cambio climático.

Para reforzar el algoritmo, se marcaban después de cada búsqueda algunos contenidos con “me gusta”, después de un periodo de tiempo de media hora, se generaba un mayor número de vídeos afines al mismo tema. Es decir, se generó una burbuja temática restringida, reduciendo la información al tema de la búsqueda, lo que permitió obtener un mayor número de vídeos de información y desinformación afines al tema del cambio climático. Se analizan a continuación tres casos de evidencias de desinformación que se presentan por capturas de pantalla (figura 1) para ilustrar un protocolo didáctico basado en la metodología documental y unos criterios críticos para la sensibilización de los usuarios jóvenes a la desinformación. El análisis a continuación se basa en las dos fases descritas en la tabla 3.

5.1.1. Estudio de caso 1: Joven criticando a la activista Greta Thunberg

FIGURA 1. Joven criticando a la activista Greta Thunberg



1.1

1.2

1.3

Fuente: TikTok

Fase 1. Interpretación basada en el método documental *qué: descripción de los objetos y acciones*

En la captura de pantalla 1.1 se ve un adolescente con pelo rubio rizado, con labios voluminosos, una nariz redonda, y rasgos todavía infantiles. El chico lleva una camiseta rosa clara, y tiene la boca abierta para hablar, se inclina ligeramente hacia delante comentando su opinión sobre el cambio climático. En la captura parecen los subtítulos de su discurso en amarillo, afirmando que el cambio climático es solo un tema del verano. A la izquierda de su discurso se ve en tipo de letra blanco “Gen z revival”. Debajo se lee en tipo de letra más grande en negro sobre fondo blanco un comentario del video “global warming is a scam” (el calentamiento global es una estafa).

En la siguiente captura de pantalla (1.2), se observa una foto superpuesta con la cara de Greta Thunberg con gesto de enfado, los ojos semicerrados y la boca semiabierto mostrando sus dientes. La joven lleva un anorak con cuello acolchado. Su pelo rubio está peinado con raya en el

medio y recogido en coleta. La foto está subtitulada en amarillo indicando el discurso del joven diciendo “and my Greta Thunberg in the wintertime” (y mi Greta Thunberg en invierno).

En la tercera captura de pantalla (1.3) vuelve a aparecer el joven con una subtitulación en amarillo indicando su discurso “they push for more control, more power, more división” (van a por más control, poder y división).

5.1.2. Estudio de caso 1: Joven criticando a la activista Greta Thunberg

Fase 1. Interpretación basada en el método documental cómo: descripción de la composición y curiosidades

En el centro de la imagen 1.1 se ve solo el torso de un joven inclinado, ligeramente expresando un discurso o su opinión. La captura revela que se trata de una autograbación porque se pone en escena con soltura delante de la cámara y parece una auto-entrevista hecha a sí mismo. Debajo de la cabeza del joven se ven tres afirmaciones escritas en distintos tipos de letras y colores. Las tres afirmaciones indican su opinión sobre el cambio climático que no existe según él. En cambio, en la imagen 1.2 se usa la foto de Greta Thunberg en el centro como a modo de ridiculizar la activista, y descalifica el calentamiento global como fraude. Al discriminar a Greta Thunberg acusándola de estar enfadada en invierno, crítica a una representante de su generación que es la cara central del movimiento por el clima. La continuación del discurso se ve en los subtítulos amarillos en (1.3) en el cual el joven añade que no está conforme con las tendencias políticas respecto al cambio climático. Al elegir el pronombre “ellos” se refiere a “los de arriba” que toman las decisiones de los ciudadanos. Se construye una narrativa contra el sistema que suscita entre los jóvenes usuarios el temor de ser controlados, a no poder participar y de que haya una división en la sociedad respecto a la política climática llevada a cabo.

En la fase 2 se trata de usar búsquedas digitales para verificar o descartar una información. Se verifican los aspectos locales, temporales, causales y el origen de los videos y la información.

5.1.3. Fase 2: verificación digital de los resultados *dónde, cuándo, por qué, quién*

dónde: verificación del lugar (Google-búsqueda inversa, Yandex)

En la búsqueda de imagen inversa en google se dio el resultado de que el joven (1.1) no es un personaje público, sino se trata de una persona privada que publicó su opinión en TikTok. Esta búsqueda se contrastó en yandex, donde se reveló que la foto de 1.2 se publicó de origen en un online medio ruso.

cuando: verificación de la fecha de la publicación

La búsqueda de la primera publicación reversa con yandex indica que la foto se publicó el 08 de junio de 2020 bajo el título comentarios divertidos de las redes sociales en el mundo de habla rusa, lo que se desprende de la escritura cirílica.

por qué: causalidad: identificación y verificación del tema

La causa de la publicación estriba en la no-conformidad a la política respecto al cambio climático. Sin embargo, esta crítica está poco documentada y se trata pues de un discurso privado hecho viral.

quien: autor de la desinformación

El autor del video es una persona joven y privada, no se trata de una persona pública como es el caso de la activista Greta Thunberg, lo que se desprende de las búsquedas en Google y Yandex.

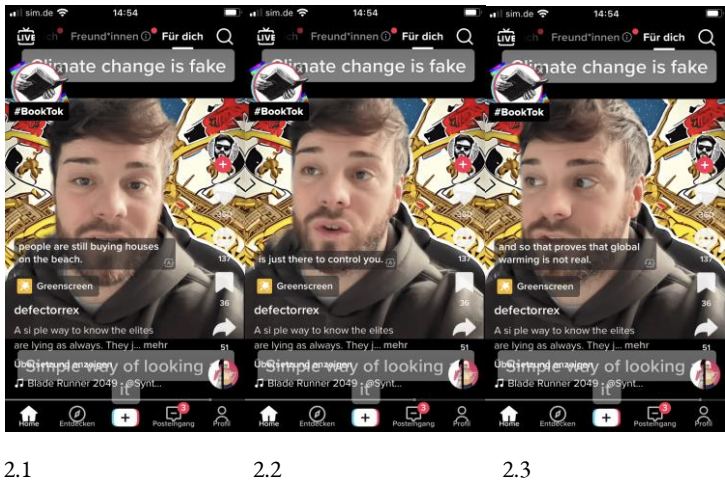
Respecto al autor, se revelan más detalles sobre él, al cliquear en su imagen donde aparece una cruz cristiana y las palabras: “in a generation where everything feels lost, god still has a plan” (en una generación en la que todo parece perdido, dios sigue teniendo un plan). El nombre de usuario es: “gen z revival”. Se ven evidencias que la postura del joven estriba en una creencia de que solo Dios puede influir en el clima y en el cambio climático. Este perfil de TikTok tiene 47.500 seguidores y más de 900.000 “me gusta” lo que indica una cierta popularidad y se

trata de un llamado micro influencer (ente 1.000 a 100.000 seguidores son micro influencers).

Esta interpretación parcial ilustrada aquí sigue los pasos del método documental y un protocolo de verificación para jóvenes usuarios (tabla 3). Continuamos con dos estudios de casos cuya interpretación presentamos únicamente respecto a similitudes y diferencias para así poder trazar un primer acercamiento a una tipología de los usuarios publicado en TikTok.

5.2. Estudio de caso 2: Joven negando del cambio climático refiriéndose a viviendas de lujo en la orilla del mar.

FIGURA 2. Joven negando del cambio climático refiriéndose a viviendas de lujo en la orilla del mar.



2.1

2.2

2.3

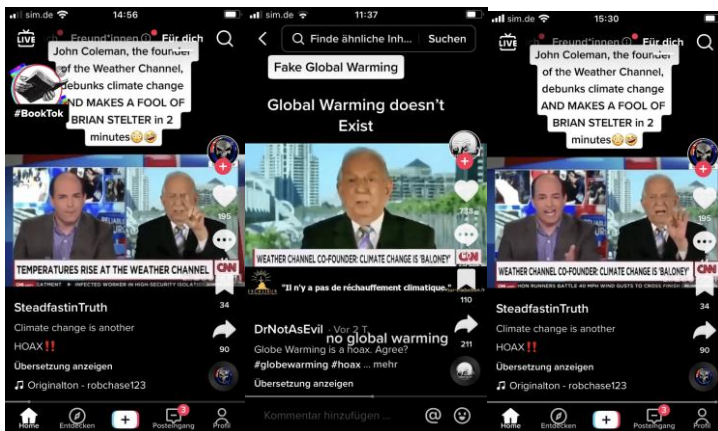
Fuente: TikTok

En el caso 2 se trata igualmente de una persona joven que usa un fondo de pantalla personalizado para proteger su privacidad. Se observan aproximadamente unos 3000 seguidores de este joven y más de 33.000 “me gusta”, lo que indica una escasa resonancia. Respecto a similitudes en el discurso, observamos en la imagen central (2.2) que comparte con el caso 1 el temor de ser controlado “is just there to control you” (solo

está para controlarte). Como en el primer caso, la crítica se hace desde una postura antielitista, esta vez no a la activista climática Greta Thunberg, sino a los ricos que compran casas junto al mar. El cambio climático se rebate diciendo que nadie compraría casas cerca del mar si el nivel del agua estuviera subiendo realmente. Al igual que en el caso 1, aquí se habla de "ellos" como un poder superior que ejerce la autoridad. Su postura es no conforme con la tendencia política de prevenir el cambio climático, lo que se desprende del título “climate change is fake” (el cambio climático no es real).

5.3. Estudio de caso 3: Entrevista con el fundador del programa del tiempo del canal británico.

FIGURA 3. Entrevista con el fundador del programa del tiempo del canal británico.



3.1

3.2

3.3

Fuente: TikTok

A diferencia de los casos 1 y 2, el caso 3 no es un vídeo TikTok auto-grabado, sino se trata de un reportaje de noticias emitido en la CNN y compartido a través de TikTok. El entrevistador y John Coleman, fundador del canal del tiempo (Weather Channel) debaten sobre el cambio climático en una situación de entrevista de la cadena CNN. Al igual que Greta Thunberg es activista a favor de medidas en cuanto a prevención

del cambio climática, él presentador es una cara conocida y representa una persona influyente del movimiento en contra de evidencias de un cambio climático. Como fundador del canal y experto en clima, puede respaldar sus declaraciones con su experiencia. Las dos personalidades actúan como multiplicadores de sus intereses. Él viste traje negro y corbata, encarnando un estándar de seriedad, gesticula con fuerza e interrumpe al moderador. Como en los casos 2 y 1, su argumentación se dirige contra "los de arriba" que realizan estudios científicos por cuenta del gobierno y expresa una actitud antielitista. El moderador insinúa en la entrevista que se encuentra en situación de censura mediática.

6. DISCUCION

En los tres estudios de caso aquí esbozados se observan similitudes y diferencias. Como rasgo común, se trata de intentos de polarización con distintas estrategias. Por un lado, se puede identificar el patrón de referirse a una personalidad conocida como multiplicador. Eso se da en el caso (1) con referencia a Greta Thunberg posicionándose en contra de la figura central de la generación z. Por otro lado, en el caso 3, el propio autor usa su imagen como multiplicador, sirviéndose de su expertise como fundador de la cadena británica. En el primer caso, se usa una estrategia para posicionarse en contra de un tercer grupo, aquí contra la activista Greta Thunberg. En el segundo caso, el autor se pronuncia contra una clase social más rica, para reforzar su posición en contra de la prevención del cambio climático y destaca la construcción de casas lujosas en la orilla de la costa para denegar el efecto del cambio climático.

En cuanto a rasgos tipológicos, destaca la diferencia generacional, puesto que en el caso 3 el moderador argumenta a través de su experiencia profesional, su estatus y su popularidad como figura pública del mundo de la televisión. En cambio, los autores de los casos 1 y 2 pertenecen a la generación z y se graban ellos mismos y suben sus videos a TikTok. Es decir, ellos mismos se declaran como autores y difunden su opinión sin expertise suscribiéndose al narrativo anticlima, anticontrol, antigobierno.

7. CONCLUSIONES

Hemos argumentado en este estudio que las plataformas susceptibles de mecanismos de polarización requieren una reflexión y una reformulación de la competencia mediática y unos conceptos didácticos para la sensibilización de los usuarios, puesto que el algoritmo de TikTok permite a cada usuario un gran impacto de los contenidos compartidos, independientemente del número de seguidores basándose en el comportamiento de uso. Por este motivo, se han seleccionado una serie de vídeos publicados para validar el protocolo didáctico propuesto (tabla 3) junto a una serie de criterios críticos.

Los resultados de este estudio se han obtenido usando un protocolo didáctico (tabla 3) y una serie de criterios críticos. Se ha método documental bajo el concepto de un método combinado que contempla describir las imágenes y videografías con el objetivo de crear un hábito a la hora de ver vídeos.

La puesta en escena de los influencers proporciona un habitus que se hace evidente en los vídeos marcando la construcción de la identidad de la vida social de la generación z y alfa que se desarrolla en plataformas. Por lo tanto, el desarrollo personal de los jóvenes se orienta en gran parte por sus experiencias compartidas en las plataformas y redes.

La formación y educación junto al fomento de la competencia mediática debe ser un objetivo en todos los grupos de edades y debe materializarse en programas de formación continua para contrarrestar una división polarizada en la sociedad. La posibilidad de manipular vídeos y fotos con ayuda de la inteligencia artificial, facilita cada vez más una polarización intencionada, lo que precisa una reflexión profunda de reformular la competencia mediática en las instituciones educativas mediante la aplicación de unos protocolos didácticos.

8. REFERENCIAS

- Arte (2022). Tracks TikTok. Eine App erobert die Welt. <https://bit.ly/41EhzZu>
Extraído el 10.05.2023
- Baacke, D. (1997). *Medienpädagogik*. Tübingen: Niemeyer (Grundlagen der Medienkommunikation Band 1). Max Niemeyer Verlag.
- Baacke, D. (2007). *Medienpädagogik* (Nachdr.). Max Niemeyer Verlag.
- Bo urdiou, P. (1987). *Sozialer Sinn: Kritik der theoretischen Vernunft*. Fráncfort del Meno: Suhrkamp.
- Bourdieu, P. (1979). *Entwurf einer Theorie der Praxis auf der ethnologischen Grundlage der kabyllischen Gesellschaft*. 1. edición, Frankfurt del Meno: Suhrkamp; Bourdieu, P. (1982): *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt del Meno: Suhrkamp.
- Bohnsack, R. (2009). *Qualitative Bild- und Videointerpretation. Die Dokumentarische Methode*. Opladen & Farmington Hills.
- Bohnsack, R., et al. (2013). Einleitung: *Die dokumentarische Methode und ihre Forschungspraxis*. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-531-19895-8_1
- Fleischer, J. (2018). *Erwachsenwerden als Prozess mediatisierter Sozialisation. Wie junge Menschen mit Hilfe online verfügbarer Informationen eigene Entwicklungsaufgaben bearbeiten*. Baden-Baden.
- Hurrelmann, K. & Quenzel, G. (2016). *Lebensphase Jugend. Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Jugendforschung*. Weinheim
- HOOU (2023). (Hamburg Open Online University). Hamburg: <https://www.hoou.de/> Extraído el 10.05.2023
- Imdahl, M. (1994). Ikonik. Bilder und ihre Anschauung. En: Boehm, Gottfried (Ed.): *Was ist ein Bild?* Munich, p. 300-324.
- Kanter, H. (2016). *Ikonische Macht: Zur sozialen Gestaltung von Pressebildern*. En: Sozialwissenschaftliche Ikonologie: Qualitative Bild- und Videointerpretation, 7. Opladen: Barbara Budrich. <https://doi.org/10.3224/84740146>
- Katzenbach, C. (2018). Die Ordnung der Algorithmen: Zur Automatisierung von Relevanz und Regulierung gesellschaftlicher Kommunikation. In R. Mohabbat Kar, B. E. P. Thapa, & P. Parycek (Hrsg.), *(Un)berechenbar? Algorithmen und Automatisierung in Staat und Gesellschaft* (S. 315-338). Berlin: Fraunhofer-Institut für Offene Kommunikationssysteme FOKUS, Kompetenzzentrum Öffentliche IT (ÖFIT). <https://bit.ly/3O4xFbx>

- Mannheim, K. (1980). *Strukturen des Denkens*. Fráncfort del Meno.
- Nentwig-Gesemann, I. (2001): *Die Typenbildung der dokumentarischen Methode*. En: Bohnsack, R., Nentwig-Gesemann, I. & Nohl, A. (edit.): *Die dokumentarische Methode und ihre Forschungspraxis. Grundlagen qualitativer Forschung*. Opladen, pp. 275 – 300.
- Panofsky, E. (1975): *Ikonographie und Ikonologie. Eine Einführung in die Kunst der Renaissance*. En: *Sinn und Deutung in der bildenden Kunst* (S. 36-67). Colonia: Dumont.
- Oswald, B. (2021). *Wie TikTok seine Nutzer fesselt*. In: BR. Verfügbar unter: <https://bit.ly/41xwsMO> Extraído el 10.05.2023
- Schäffer, B. (2003). *Generationen — Medien — Bildung*. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden https://doi.org/10.1007/978-3-322-94996-7_1
- Schäffer, B. (2005). *Computer Literacy und intergenerationelle Lern- und Bildungsprozesse. Empirische Befunde aus Familie und im öffentlichen Raum. Literalität, Bildung und Biographie. Perspektiven der erziehungswissenschaftlichen Biographieforschung*, Opladen: Budrich.
- Süss, D., Lampert, C. & Trültzsch-Wijnen, C. (2018). *Medienpädagogik. Ein Studienbuch zur Einführung*. Wiesbaden.

VIDEOS DE TIKTOK Y ENLACES DE VERIFICACION:

- Joven criticando a la activista Greta Thunberg.
<https://vm.tiktok.com/ZGJuCdSQd/>
 Consultado el 13 de mayo de 2023
- Joven negando del cambio climático refiriéndose a viviendas de lujo en la orilla del mar. <https://vm.tiktok.com/ZGJHLLwWD/>
 Consultado el 13 de mayo de 2023
- Entrevista con el fundador del programa del tiempo del canal británico.
<https://vm.tiktok.com/ZGJHL7pEe/>
 Consultado el 13 de mayo de 2023