

TIKTOKERS Y SEXUALIDADES NO NORMATIVAS: EL PAPEL DE LOS CREADORES DE CONTENIDO

TIKTOKERS AND NON-NORMATIVE SEXUALITIES: THE ROLE OF CONTENT CREATORS

Mario Crespo-Haya^{1*}, Andrés A. Fernández-Fuertes² & Noelia Fernández-Rouco³

¹<https://orcid.org/0009-0004-6719-5110>; Departamento de Educación, Universidad de Cantabria; mario.crespohaya@unican.es

²<https://orcid.org/0000-0002-1015-4332>; Departamento de Educación, Universidad de Cantabria; andres.fernandez@unican.es

³<https://orcid.org/0000-0002-3164-3741>; Departamento de Educación, Universidad de Cantabria; fernandezrn@unican.es

*Autor de correspondencia: Noelia Fernández-Rouco, fernandezrn@unican.es

Recibido: 21/11/2024 Aceptado: 13/06/2025 Publicado: 16/01/2026

Resumen: En la actualidad *TikTok* es la red social más popular entre adolescentes en España, por lo que podría representar un recurso educativo clave para la representación y aceptación de diversas realidades. Este estudio analiza el discurso de los/as que hoy en día son algunos/as de los referentes LGTB+ con mayor alcance en *TikTok* España (11 participantes), utilizando un enfoque cualitativo y la técnica de análisis de contenido. Los resultados muestran una representación diversa y positiva, donde los/as referentes abordan temas que promueven la inclusión y visibilidad de sexualidades no normativas. A pesar de esto, también se observan ocasionalmente estereotipos, que suelen ser desafiados por los/as propios/as creadores/as. En conclusión, *TikTok* parece ser un espacio generalmente seguro para la comunidad LGTB+; además, este estudio subraya el potencial de los/as referentes en redes sociales como agentes de cambio positivo en la promoción de sociedades más inclusivas y comprensivas.

Abstract: TikTok is the most popular social network among teenagers in Spain, positioning itself as a key platform for the representation and acceptance of diverse realities. This study analyses the content of eleven LGTB+ referents with the greatest reach on TikTok Spain, using a qualitative approach and the technique of content analysis. The results show a diverse and positive representation, where the referents address issues that promote the inclusion and visibility of non-normative sexualities. Despite this, stereotypes are also occasionally observed, which are often challenged by the creators themselves. In conclusion, TikTok consolidates itself as a generally safe space for the LGTB+ community and underlines the potential of social media referrers as agents of positive change in promoting more inclusive and understanding societies.

Résumé: TikTok est actuellement le réseau social le plus populaire auprès des adolescents en Espagne. Il pourrait donc constituer une ressource éducative essentielle pour la représentation et l'acceptation de réalités diverses. Cette étude analyse le discours de ceux qui figurent parmi les modèles LGBT+ les

plus largement diffusés sur TikTok Espagne (11 participants), à l'aide d'une approche qualitative et de techniques d'analyse de contenu. Les résultats montrent une représentation diversifiée et positive, où les modèles abordent des sujets favorisant l'inclusion et la visibilité des sexualités non normatives. Malgré cela, des stéréotypes sont parfois observés, souvent remis en question par les créateurs eux-mêmes. En conclusion, TikTok apparaît comme un espace globalement sûr pour la communauté LGBT+; de plus, cette étude souligne le potentiel des modèles des réseaux sociaux comme agents de changement positif pour promouvoir des sociétés plus inclusives et plus compréhensives.

Palabras Clave: TikTok; LGTB+; referentes sociales; identidad.

Key words: TikTok; LGBT+; social references; identity.

Mots clés: TikTok ; LGTB+ ; références sociales ; identité.

INTRODUCCIÓN

Las redes sociales representan hoy en día un fenómeno social de enorme magnitud: en tan solo dos décadas han sido capaces de transformar profundamente las formas de comunicación y relación entre las personas (Boczkowski y Mitchelstein, 2022; Lieberman y Schroeder, 2020). Se distinguen por su inmediatez, ya que permiten que un texto, fotografía, audio o vídeo recorran el mundo en cuestión de segundos. Aunque la televisión ya había logrado este alcance, las redes sociales van más allá al posibilitar una retroalimentación instantánea y dinámica por parte de los/as receptores/as. Su éxito radica, por lo tanto, en su capacidad para fomentar la interacción y comunicación humana (Moral y Suárez, 2016).

En la era digital, cada vez es más común que la ciudadanía, especialmente la población joven, obtenga información a través de las redes sociales, que se han consolidado como un espacio habitual de socialización (Del Prete y Redón, 2020; Sánchez-Castillo y Mercado-Saez, 2021). En este sentido, los/as adolescentes del presente están habituados/as a comunicarse, compartir contenido y satisfacer sus necesidades en tiempo real (Pérez-Escoda et al., 2016). Este proceso comunicativo se ha convertido en un aspecto central en la construcción de sus vidas, identidades y relaciones (Fumero, 2016).

El uso de dispositivos móviles y redes sociales por parte de los/as jóvenes es cada vez más precoz. Según el Informe Juventud en España (Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030, 2020), el 60% de los/as jóvenes de entre 14 y 19 años pasa más de tres horas diarias en internet. De entre todas las redes sociales, *TikTok* destaca como la más utilizada entre niños/as y adolescentes españoles/as (Qustodio, 2021). De este modo, se encuentra en una posición privilegiada para ofrecer a los/as adolescentes una amplia gama de realidades con las que identificarse, aceptarse y aprender a valorarse a sí mismos/as y a los demás. Esta red social se convierte en una ventana al mundo con el potencial de visibilizar y normalizar de forma positiva la diversidad humana (COGAM, 2013).

En este contexto, cabe destacar el papel de las redes sociales como entornos de aprendizaje informal, donde los/as adolescentes acceden a discursos, narrativas y modelos identitarios

que habitualmente no están suficientemente presentes en los espacios educativos formales (Marcelo-Martínez et al., 2023). Estos entornos digitales permiten la exploración de la identidad y la interiorización de valores inclusivos, aspectos fundamentales en el marco de una educación inclusiva y de calidad (Lardies y Potes, 2022; McGloughlin y Lee, 2010, citado en Llorente, 2013).

Al igual que en cualquier sociedad surgen líderes de opinión que influyen sobre otras personas, este fenómeno también se manifiesta en el entorno digital, a través de los/as llamados/as *influencers*). Estos/as, a menudo, actúan como modelos a seguir, con la capacidad de persuadir y convencer a los/as usuarios/as de una comunidad en línea, estableciendo una relación basada en la identificación y la empatía. A través de esta conexión, pueden influir en las ideas, actitudes y conductas de los/as usuarios/as, convirtiéndose en agentes clave en la formación de la opinión pública y en la transmisión de valores (Gutiérrez Arenas y Ramírez García, 2021; Santamaría de la Piedra y Meana Peón, 2017).

Según Borchers (2019), los/as *influencers* desempeñan múltiples funciones que tradicionalmente recaían en otros agentes, como intermediarios, productores y distribuidores de contenido, así como gestores de comunidades y anfitriones de eventos. De esta manera, la combinación de todos estos roles en una sola persona abre nuevas oportunidades para la comunicación estratégica y el liderazgo: los/as *influencers* no son líderes simplemente porque ejercen influencia sobre otros/as desde una posición de mayor visibilidad social, sino porque logran que sus seguidores/as se identifiquen tanto con ellos/as, como con su forma de interpretar la realidad (González-Domínguez, 2017). Pöyry et al. (2022) refuerzan la idea de que los/as *influencers* entablan relaciones interactivas con sus seguidores/as, pues el compromiso de sus seguidores/as es un factor esencial que contribuye a su éxito y a la eficacia de una comunicación estratégica. En definitiva, estos modelos de referencia se han convertido en figuras clave de socialización, principalmente entre las generaciones más jóvenes, al representar personas cercanas con las que desean identificarse y, por tanto, imitar (González, 2020).

El impacto de los/as *influencers* puede analizarse desde la teoría del Aprendizaje Social, que sostiene que gran parte de los aprendizajes ocurren mediante la observación de las acciones de modelos y sus consecuencias (Bandura, 1984). En este contexto, los/as *influencers* ejercen un modelado en redes sociales que facilita el aprendizaje de conocimientos, habilidades y actitudes, influyendo significativamente en sus seguidores/as a través de sus estilos de vida, opiniones y valores (Vizcaíno-Verdú, 2020).

Desde esta perspectiva, resulta fundamental reconocer el potencial de las redes sociales como espacios de alfabetización mediática y de transformación social que pueden impulsar

una ciudadanía digital crítica con mayor participación en la producción de discursos inclusivos y transformadores (Ferrés-Prats y Piscitelli, 2012). Además, se hace necesario el uso de estos entornos digitales como herramientas para la sensibilización y la promoción de valores humanistas y de igualdad (Pérez-Tornero y Varis, 2010). Esta mirada transforma a quien consume redes, pasando de ser receptores de información a convertirse en agentes de cambio y productores de contenido con impacto social.

Dada la creciente popularidad de *TikTok* entre adolescentes y su impacto en la construcción de la identidad a través del modelado, resulta pertinente examinar los mensajes transmitidos por los/as referentes LGTB+ (sigla que representa a las personas con sexualidades no normativas, es decir, lesbianas, gays y bisexuales, transexuales, entre otros). Este análisis permitirá identificar claves para fomentar espacios digitales seguros y una mayor comprensión de la diversidad humana basada en valores de igualdad y respeto.

Por todo ello, esta investigación se propone estudiar los mensajes compartidos por quienes actualmente son los/as principales referentes LGTB+ en *TikTok* España y analizar el alcance e impacto que tienen en sus seguidores/as. Se trata de un estudio novedoso que aborda un tema contemporáneo y poco explorado, que no solo responde a un interés académico, sino que aborda un asunto de gran relevancia social: el modelado de conductas a través de las redes sociales.

MÉTODO/DESARROLLO DE LA EXPERIENCIA DE INNOVACIÓN

Se adoptará una metodología cualitativa, ya que permite llevar a cabo una investigación flexible, sistemática y crítica sobre las regularidades del comportamiento de los agentes sociales (Cerrón, 2019). Este enfoque facilitará la elaboración de descripciones detalladas de situaciones, personas, interacciones y comportamientos observables, incorporando la voz de los/as *influencers* analizados tal como ellos/as mismos/as la expresan. El estudio se enmarcará en un contexto específico, centrado en un grupo reducido y acotado de *tiktokers* LGTB+, lo que permitirá una comprensión más profunda de su contenido e impacto.

Según los objetivos planteados, se propone un análisis de contenido para obtener una imagen más completa y profunda del objeto de estudio, centrado en algunos/as de los/as referentes LGTB+ más populares de *TikTok*. Esta elección metodológica se fundamenta en estudios previos que han utilizado el análisis de contenido en investigaciones sobre personajes LGTB+ en distintas ficciones (Sánchez, 2021) o en el análisis de referentes exitosos en *TikTok* España como divulgadores de contenido.

El análisis de contenido en este estudio se va a desarrollar mediante la exploración de categorías clave que permitan comprender tanto el contenido como el presumible impacto

de los/as referentes LGTB+. Para analizar el contenido, se han establecido categorías como la identidad del referente (e.g., orientación sexual, identidad de género, interseccionalidad), las temáticas abordadas, los valores transmitidos, los estereotipos presentes y la modalidad empleada para comunicar estos elementos (e.g., monólogos o bailes). Para evaluar el impacto, se han considerado categorías como el número de *likes*¹, comentarios y veces que el vídeo ha sido guardado o compartido. Además, se han clasificado los veinte primeros comentarios del vídeo con más *likes* en términos de apoyo o desaprobación tanto hacia el contenido como hacia al referente.

Estas categorías permiten valorar si los/as referentes LGTB+ que componen la muestra podrían considerarse modelos positivos para los/as adolescentes y si contribuyen a eliminar estereotipos y falsas creencias, además de favorecer el desarrollo positivo de la identidad sexual y de género.

Se consideraron algunos/as de los/as *tiktokers* más influyentes y el contenido que compartieron en *TikTok* durante los años 2021 y 2022 con componente LGTB+.

La selección de los/as participantes se justifica por su relevancia dentro del contexto cultural, sociopolítico y geográfico actual en el que se sitúa este estudio. Asimismo, la elección de estos años responde al hecho de que, hasta el momento de realización del estudio, son los únicos en los que *TikTok* ha celebrado una gala de premios en España que reconoce a los/as creadores de contenido con mayor alcance del país. De esta forma, el listado de nominados facilita la identificación de aquellos/as referentes con mayor capacidad de influencia sobre los/as consumidores/as de contenido de esta red social. En base a estos criterios, se analizarán a once creadores/as de contenido (Tabla 1).

¹ “Me gusta”

Tabla 1. Creadores/as de contenido que componen la muestra. Fuente: Elaboración propia.

Influencer	Año de nominación	Categoría de TikTok	Nominado/a o ganador/a	Número de seguidores/as
@_riverss_	2021	Pioneros	Ganadora	6.5M
@thee_alesh	2021	Diversidad e inclusión	Nominado	119.7K
@enrique_bernabeu	2021 y 2022	Diversidad e inclusión	Nominado	325.1K
@galanell	2021	Música	Nominada	22.2K
@ibngarcia	2022	Entretenimiento – Creador referente	Ganador	1.6M
@tazarte_	2022	Comedia – Creador revelación	Nominado	1.1M
@marinadelgadx	2022	Diversidad – Creadora revelación	Nominada	157.3 K
@ruben.avilesx	2022	Diversidad – Creador revelación	Nominado	585K
@lunanuevavicky	2022	Diversidad – Creador revelación	Nominado	805.7K
@nahlu__	2022	Diversidad – Creador referente	Nominado	1.4M
@dar.ventura	2022	Diversidad – Creador referente	Nominado	2.1M

Nota. M= millones; K= miles.

Como se puede observar en la Tabla 1, los/as once referentes seleccionados/as presentan perfiles diversos. En su mayoría, utilizan *TikTok* para compartir experiencias personales, realizar activismo y promover la aceptación y la igualdad para la comunidad LGTB+. Algunos/as lo hacen de manera transversal, abordando otros temas como la música, la comedia o el entretenimiento, lo que permite llegar a una audiencia más amplia.

Respecto a los/las referentes analizados/as que se enfocan principalmente en el activismo, además de tratar cuestiones relacionadas con la identidad sexual y de género, también abordan otros aspectos de la diversidad humana, como la discapacidad (@thee_alesh, @enrique_bernabeu), los cuerpos no normativos (@marinadelgadx, @nahlu__) y otros grupos socialmente discriminados, como las personas racializadas (@dar.ventura). Estos/as creadores/as promueven la interseccionalidad y la importancia de la inclusión en todas sus formas.

En cuanto a los aspectos éticos del análisis, todos los datos han sido obtenidos a partir de contenido público, compartido de manera voluntaria por los/as creadores/as. Se ha mantenido un enfoque respetuoso y fidedigno en la representación de sus mensajes, evitando cualquier tipo de distorsión o interpretación sesgada. Asimismo, este análisis se compromete a visibilizar las voces de los/as creadores/as sin reducir sus identidades a meras

categorías, promoviendo una comprensión contextualizada de su labor en favor de la diversidad e inclusión. El proceso de análisis ha estado guiado por los principios éticos fundamentales de respeto, justicia y no maleficencia, garantizando así una representación cuidadosa de las identidades y realidades de los/as creadores/as analizados/as.

RESULTADOS

La presentación de los resultados se desglosará en dos apartados que permitan organizar la información obtenida sobre los/as 11 referentes LGTB+ analizados/as. En el primero se explorará el contenido compartido por los/as referentes, destacando tanto los temas abordados como el modo que utilizan para transmitir sus mensajes. En el segundo, se estudiará en el alcance y el impacto del contenido, examinando la percepción que parece tener la audiencia sobre él.

Contenido compartido por los/as referentes LGTB+

Los/as referentes LGTB+ analizados/as en *TikTok* no se limitan exclusivamente al activismo, sino que ofrecen contenido diverso y cotidiano que amplía su influencia más allá de la lucha por los derechos LGTB+. Un ejemplo de ello es @riverss, quien comparte aspectos de su vida diaria. Esto le ha permitido alcanzar más de seis millones de seguidores y ganar el premio «pioneros» en los *TikTok Awards* de 2021. De manera similar, @galanell, enfocada en su carrera musical, muestra momentos íntimos con su pareja sin que su orientación sexual sea el centro de su narrativa. En ambos casos, se observa cómo su sexualidad no normativa se integra de forma transversal, naturalizando la presencia de personas LGTB+ en ámbitos ajenos a la reivindicación explícita.

Por su parte, @ibngarcía, ganador de la categoría de «entretenimiento» en 2022, se destaca por su capacidad para realizar entrevistas cómicas y generar contenido humorístico. Aunque es abiertamente homosexual, su contenido tampoco gira en torno a su orientación sexual, sino que se enfoca en el hacer reír, mostrando que su sexualidad es solo una parte de su identidad. Este tipo de representación contribuye a desactivar estereotipos homogeneizadores, al visibilizar que la pertenencia a la comunidad LGTB+ no limita ni define en exclusiva los intereses, talentos o aspiraciones de cada individuo (Chaparro y Estefan-Vargas, 2011).

De igual forma, @tazarte_, galardonado en la categoría de comedia en los *TikTok Awards* de 2022, desafía los estereotipos de género al compartir *outfits*² y maquillajes que tradicionalmente se asocian con lo femenino. Su contenido, que incluye *unboxings*³ y

² Formato de vídeos en los que el/la influencer “desempaqueta” una nueva adquisición.

³ Vestimenta, ropa o conjunto.

videoblogs, le ha permitido destacarse como un *influencer* en ascenso dentro de la plataforma. En este sentido, cuestiona los rígidos esquemas binarios de género, lo que favorece discursos más fluidos y diversos (Medina, 2022).

Entre los activistas que además visibilizan otras realidades, @thee_alesh y @enrique_bernabeu sobresalen por su interseccionalidad. @thee_alesh, un chico trans no binario con un Trastorno del Espectro Autista (TEA), utiliza su plataforma para concienciar sobre las barreras que enfrenta, mientras que @enrique_bernabeu, un joven homosexual con parálisis cerebral, aborda tanto los desafíos de vivir con dicha condición como el acoso escolar. Su activismo en *TikTok* ha sido reconocido con nominaciones a los premios en 2021 y 2022, lo que subraya su importancia en la lucha contra diversas formas de discriminación. La presencia de estos perfiles interseccionales muestra que las opresiones vinculadas a las sexualidades no normativas pueden coexistir con otras, como la discapacidad o la neurodiversidad, lo que promueve una comprensión más compleja de las desigualdades sociales (Sales, 2017).

Asimismo, @dar.ventura, nominado en la categoría de «diversidad e inclusión», se caracteriza por su contenido poético y artístico, que va más allá del activismo convencional. Su enfoque creativo, que incluye la decoración de su rostro con pintura, le ha permitido cautivar a más de dos millones de seguidores. Además, @dar.ventura es el único referente negro entre los analizados, aportando una valiosa representación de diversidad racial en la plataforma, aunque también evidenciando la carencia de referentes LGTB+ de otras etnias.

Otros activistas como @marinadelgadx, @ruben.avilesx, @lunanuevavicky y @nahlu__ se dedican plenamente al activismo LGTB+. @marinadelgadx, una joven lesbiana con un cuerpo no normativo, refleja interseccionalidad en su contenido al compartir sus vivencias como mujer homosexual. @ruben.avilesx es conocido por sus monólogos y entrevistas, en los que defiende los derechos LGTB+, promueve el feminismo y combate los delitos de odio. Mientras tanto, @lunanuevavicky, una mujer transexual, documenta su proceso de transición y denuncia la discriminación de género, facilitando a las personas cisgénero una mejor comprensión de las realidades trans. Finalmente, @nahlu__, una persona trans no binaria con una estética no convencional, desafía las normas de género y los estereotipos sobre la parentalidad, al ser padre de dos hijos dentro de una familia monoparental.

En conjunto, estos perfiles activistas operan como agentes de sensibilización social que visibilizan tanto los logros como las vulnerabilidades de la comunidad LGTB+.

Estos/as referentes reflejan la pluralidad de identidades y experiencias dentro de la comunidad LGTB+, utilizando *TikTok* como una plataforma para visibilizar la diversidad, desafiar estereotipos y sensibilizar sobre diferentes formas de discriminación, tanto en

términos de género como de otras características interseccionales como la raza y la discapacidad.

Alcance e impacto del contenido compartido

La Tabla 2 muestra el análisis del alcance e impacto del contenido, centrándose en las interacciones que ha generado el vídeo con mayor número de *likes*, lo que abarca tanto el número de *likes* y comentarios como el de veces que se ha compartido y guardado.

Tabla 2. Datos del contenido con mayor número de *likes* de cada influencer. Fuente: Elaboración propia.

Influencer	Número de <i>likes</i>	Número de comentarios	Número de veces guardado	Número de veces compartido
@_riverss_	545.4K	3916	29.8K	3839
@thee_alesh	14.5K	164	443	42
@enrique_bernabeu	122.1K	6234	216	559
@galanell	12.6K	251	935	559
@ibngarcia	531K	2206	21.5K	26.2K
@tazarte_	741.5K	8670	30K	14.1K
@marinadelgadx	129.7K	464	6696	589
@ruben.avilesx	748K	8049	24.7K	5305
@lunanuevavicky	318.2K	106	4375	760
@nahlu_	486.2K	3803	11.3K	396
@dar.ventura	3.7M	14.3K	521.8K	71.6K

El análisis de los vídeos más populares de los/as referentes LGTB+ en *TikTok* muestra una gran diversidad en cuanto a su alcance e interacción. El número de "likes" varía considerablemente, desde los 12.000 hasta los 3.7 millones. Los vídeos más exitosos pertenecen mayormente a las categorías de "entretenimiento", destacando creadores como @riverss, @ibngarcia y @tazarte_, así como a "diversidad e inclusión", donde destacan @ruben.avilesx, @nahlu_ y, especialmente, @dar.ventura, cuyo contenido ha sido el más valorado.

El número de comentarios sigue un patrón similar, con @tazarte y @ruben.avilesx superando los 8.000 comentarios, mientras que @dar.ventura, nuevamente, se sitúa en primer lugar con más de 14.000. Esta tendencia también se refleja en el número de "vídeos guardados", donde creadores como @riverss, @ibngarcia y @tazarte, dentro de la comedia y el entretenimiento, acumulan entre 20.000 y 30.000 guardados. Sin embargo, @dar.ventura sobresale una vez más, con 522.000 vídeos guardados, lo que indica el gran interés y relevancia de su contenido, ya que los usuarios tienden a guardarlo para verlo repetidamente.

En cuanto a los "vídeos compartidos", los/as creadores/as de contenido en las categorías de "comedia" y "entretenimiento" lideran, con @ibngarcia alcanzando las 26.000 comparticiones y @tazarte las 14.000. No obstante, el contenido de @dar.ventura sigue siendo el más exitoso, con más de 60.000 comparticiones, lo que reafirma su impacto en la plataforma.

De este análisis se extraen varias conclusiones. En primer lugar, el contenido más valorado en términos de interacciones proviene principalmente de hombres homosexuales. En segundo lugar, los vídeos de comedia y entretenimiento resultan ser los más populares, seguidos por aquellos relacionados con la diversidad e inclusión. Tercero, @dar.ventura se destaca como el creador más exitoso. Por último, @thee_alesh ha obtenido la menor interacción en comparación con los/as otros/as referentes.

Estos datos invitan a reflexionar sobre cómo, dentro de la comunidad LGTB+, ciertas voces (e.g., hombres cis y gays) logran mayor difusión que otras, mientras que las personas trans todavía encuentran mayores barreras para alcanzar amplias audiencias.

A continuación, se procederá a comentar más profundamente el análisis realizado de los veinte primeros comentarios de cada uno de los vídeos con mayor cantidad de *likes* de los/as referentes seleccionados/as. De este modo, se observa que, en general, la valoración realizada por la audiencia es positiva, puesto que la mayoría de los comentarios se encuentran en las categorías de «apoyo al referente» o «apoyo al discurso». En los casos de @enrique_bernabeu, @galanell y @tazarte__, existe un equilibrio en el reparto, lo que desvela que, en efecto, su contenido ha generado una respuesta positiva tanto hacia sí mismos como hacia los mensajes que transmiten. Por otro lado, referentes como @_riverss_ o @dar.ventura han recibido un mayor número de comentarios de apoyo hacia ellos que hacia su contenido. En el caso de la primera, se destaca por la admiración hacia su aspecto físico. Por el contrario, en el segundo, los comentarios se centran en expresar cuánto inspira a sus seguidores/as. A diferencia de los anteriores, en @ibngarcia, @marinadelgadx, @nahlu__ y @lunanuevavicky, los comentarios se inclinan más hacia el apoyo al discurso y a los temas tratados en los vídeos, lo que sugiere que seguramente su contenido ha logrado entretener, en el caso de los dos primeros; y concienciar, visibilizar problemáticas y promover la inclusión, en los dos segundos.

Esta diferenciación entre el apoyo dirigido al referente como persona o al contenido permite identificar dos tipos de vinculación: la admiración personal (a menudo vinculada a aspectos físicos o de carisma) y la valoración del mensaje. Ambos tipos son relevantes para comprender los mecanismos de identificación y legitimidad que operan en las redes sociales (García y Martínez, 2021).

Profundizando un poco más en los resultados, se observa que los comentarios con un carácter negativo e incluso irrespetuoso suelen tener lugar cuando el tema central del vídeo es el activismo LGTB+. Este ha sido el caso de @ruben.avilesx, que ha sido quién más comentarios irrespetuosos ha recibido, como «esta generación está perdida» o «a mí me preguntas cuáles son mis pronombres y salgo corriendo», apuntando a ciertos estereotipos y prejuicios. Esta hostilidad hacia el discurso activista visibiliza la persistencia de actitudes LGTBfóbicas y de resistencia social. No obstante, el hecho de que estos comentarios negativos sean minoritarios indica también el avance de espacios de aceptación y apoyo dentro de *TikTok*, bien sea por el compromiso de la plataforma por eliminarlos o por la presencia de una audiencia cada vez más sensibilizada (Barroso-Moreno et al., 2023).

Si bien esta presencia de comentarios negativos puede ser desalentadora, la persistencia de los/as referentes LGTB+ para enfrentarlos demuestran la importancia de seguir luchando por los derechos de todas las personas. Pese a lo anterior, es importante destacar que estos forman parte de una minoría y que mayoritariamente son positivos. En general, los comentarios van desde mensajes de inspiración y admiración por sus logros, hasta halagos hacia su físico sin importar si los/as *tiktokers* son hombres o mujeres, como «eres muy guapo, que Dios te bendiga. Saludos desde México» o «que ojos más bonitos y más sinceros tienes, por Dios» a @enrique_bernabeu; o «Vale, ¿pero el cuerpo que tiene?» y «que cuerpazo» a @riverss; aquí se percibe lo que parece una mayor sexualización en el tono cuando se dirigen a una mujer.

También se suele expresar el impacto positivo que tienen los vídeos en la vida diaria de los/as seguidores/as, como, por ejemplo, el comentario que recibió @tazarte__: «¿tú sabías que yo entré en depresión en un periodo corto y cuando vi tus vídeos me alegré muchísimo y me hiciste reír y salir, gracias». Este tipo de testimonios revelan cómo algunos *tiktokers* llegan a convertirse en figuras de acompañamiento emocional y apoyo psicológico para sus audiencias.

DISCUSIÓN

El presente estudio analizó los mensajes compartidos por los/as principales referentes LGTB+ en *TikTok* España y su impacto en sus seguidores/as. Esta investigación aborda un fenómeno poco explorado, pero crucial para comprender cómo las redes sociales están moldeando nuevas formas de construcción identitaria, socialización y representación de la diversidad humana (Barroso-Moreno et al., 2023; Renau et al., 2013).

A diferencia de los medios tradicionales, donde predominan estereotipadas (Sánchez, 2021), los contenidos generados en *TikTok* permiten a los/as creadores/as compartir sus

experiencias personales de forma más plural y cercana. Muchos de ellos han señalado explícitamente que crean el contenido que les habría gustado consumir durante su juventud (Berbel y Prieto, 2016), consolidándose, así, como modelos de identificación positivos y referentes de cambio para las nuevas generaciones.

Sin embargo, dentro de este abanico de representaciones, surge la preocupación sobre cómo son las ideas que transmiten, ya que los/as consumidores/as de contenido pueden sentirse validados/as, pero también excluidos/as, dependiendo de la forma en que estos discursos se articulan (Rodrigo y Medina, 2016). Como señala González-Domínguez (2017), los/as seguidores/as no solo se identifican con los/as creadores/as, sino también con las interpretaciones subjetivas de la realidad que estos/as transmiten a través de sus discursos. En este sentido, se ha observado la persistencia ocasional de ciertos estereotipos en el contenido analizado. Algunos ejemplos incluyen la singularidad de la experiencia como rasgo definitorio o la reproducción de roles tradicionales en parejas homosexuales, donde aún se asignan papeles convencionalmente masculinos y femeninos, tal y como apunta Galindo (2017). Sin embargo, estos pequeños momentos de estereotipación son contrarrestados de forma consciente por los/as creadores/as que buscan desmitificar estas visiones y ofrecer representaciones más diversas y completas de las realidades LGTB+. Así, perfiles como @tazarte_ y @ruben.avilesx desafían los estereotipos de género promoviendo discursos que defienden que la ropa, el maquillaje o los gestos no deben estar asociados a un género determinado. Estos mensajes subrayan que cualquier persona tiene derecho a expresarse libremente, independientemente de su identidad de género, reforzando la diversidad humana como un valor enriquecedor y desmantelando visiones normativas y limitantes (De Stéfano y Pichardo, 2016).

Un rasgo destacado es el componente interactivo de estos/as referentes, que se materializa en los consejos, vivencias personales y respuestas directas a los comentarios de sus seguidores/as, como se observa en perfiles como @tazarte_, @marinadelgadx o @nahlu__. Esta interacción confirma lo planteado por Pöyry et al. (2022), quienes subrayan que uno de los factores clave del éxito de los/as influencers como modelos sociales reside en su capacidad de establecer relaciones cercanas y bidireccionales con sus audiencias. Esta interacción potencia la fidelización de sus seguidores/as y, además, genera espacios de aprendizaje informal y construcción compartida de conocimiento en torno a realidades LGTB+ (Paredes et al., 2024; Sánchez y Rodríguez-Panigua, 2022).

Además, cabe destacar que estos/as *tiktokers* abordan temáticas que van más allá del activismo o la defensa de derechos, lo que amplía sus audiencias y contribuye a desestigmatizar las identidades LGTB+, mostrando que estas no definen la totalidad de la

persona, sino que constituyen una dimensión más de vidas complejas, ricas y diversas. De este modo, los/as referentes actúan como creadores/as de contenido que, además de entretener, educan y participan activamente en los espacios culturales de la sociedad contemporánea (Del Prete y Redón, 2020).

Pese a esta diversificación temática, el activismo LGTB+ sigue desempeñando un papel central. La visibilidad digital ha sido un motor clave para avanzar en la igualdad de derechos y en la aceptación social de las identidades sexuales y de género no normativas. Esto confirma lo señalado por autores como Casero-Ripollés (2016) y Rovira (2019), quienes destacan cómo las redes sociales se han transformado en escenarios privilegiados de activismo político y social, permitiendo a colectivos históricamente silenciados expresar sus demandas y articular discursos que en otros espacios han sido marginados.

Por otra parte, el alcance e impacto del contenido creado por referentes LGTB+ en TikTok constituye un aspecto clave para comprender el efecto que estos mensajes ejercen sobre la sociedad actual. En un escenario donde las redes sociales han transformado tanto el acceso a la información como las dinámicas de interacción social, analizar la recepción de estos contenidos ofrece una perspectiva profunda sobre el grado de aceptación social, la percepción cultural y la evolución de las mentalidades colectivas (Del Prete y Redón, 2020). En este contexto, los datos obtenidos revelan una tendencia general positiva: tanto los/as referentes LGTB+ como los contenidos que generan son, en su mayoría, bien acogidos y valorados por amplios sectores de la audiencia.

Sin embargo, el análisis también muestra que las reacciones negativas tienden a concentrarse en vídeos que abordan cuestiones relacionadas con la educación en diversidad, especialmente cuando tratan aspectos menos conocidos o con menor visibilidad social, como el uso de pronombres no binarios. Este patrón refleja la persistencia de prejuicios y resistencias sociales aún vigentes, así como la existencia de sectores intolerantes que encuentran en plataformas como *TikTok* un espacio donde expresar estas posturas discriminatorias. Tal como señalan Caravita et al. (2016), la exposición continua a comentarios hostiles puede generar estrés y emociones negativas, particularmente en los/as jóvenes, lo que convierte estas interacciones en un potencial factor de riesgo para su bienestar emocional. En este sentido, Barroso-Moreno et al. (2023) identificaron una notable diferencia entre redes sociales, con un tono más positivo en *TikTok*, frente a una LGTBfobia mucho mayor en *Twitter*. En consecuencia, estos resultados subrayan, como destacan Márquez et al. (2017), la importancia de seguir promoviendo políticas educativas inclusivas y estrategias de sensibilización social orientadas a la aceptación de la diversidad de género y orientación sexual.

Por otro lado, se ha identificado una tendencia hacia la sexualización de las mujeres creadoras de contenido, quienes reciben una proporción mayor de comentarios centrados en su apariencia física y su belleza, mientras que los hombres son valorados mayoritariamente en función del contenido que producen. Este fenómeno pone de manifiesto la necesidad de profundizar en el compromiso social hacia una igualdad efectiva entre hombres y mujeres, al tiempo que evidencia la presión desproporcionada que recae sobre las mujeres para ajustarse a cánones estéticos impuestos culturalmente (Díaz et al., 2020). Esta desigualdad discursiva refuerza la importancia de seguir visibilizando y denunciando las formas sutiles de desigualdad de género que aún persisten, incluso dentro de espacios digitales aparentemente inclusivos.

A pesar de estas manifestaciones negativas, la mayoría de los comentarios analizados expresan apoyo, respeto y gratitud, lo que sugiere un aumento en la aceptación y validación de la comunidad LGTB+. No obstante, conviene tener en cuenta que esta tendencia puede estar condicionada por las políticas de la plataforma, diseñadas para eliminar contenido y comentarios que inciten al odio, con el objetivo de consolidarse como un espacio seguro (Pérez-Escoda et al., 2022). Asimismo, también se reconoce que esta investigación presenta limitaciones metodológicas que deben ser consideradas, como la selección de un único vídeo por referente o el marco geográfico restringido. Estas decisiones respondieron a la necesidad de garantizar un análisis viable y manejable, aunque limitan la extrapolación de los resultados. Pese a ello, ofrecen una aproximación inicial relevante a las dinámicas de interacción y visibilidad que se generan en estos espacios.

A pesar de lo anterior, los hallazgos subrayan la importancia de seguir promoviendo la pluralidad de voces y la educación inclusiva en redes sociales, fomentando la visibilidad de la realidad LGTB+ y otros grupos minoritarios. Como sostienen Pöyry et al. (2022), González (2020) y Vizcaíno-Verdú (2020), los/as influencers actúan como motores de cambio social al establecer vínculos interactivos con sus seguidores/as, posicionándose como modelos positivos capaces de generar un impacto significativo incluso entre quienes no se identifican como parte de la comunidad LGTB+. Su labor resulta especialmente relevante para contrarrestar la falta de información en otros medios y combatir prejuicios aún vigentes.

En este sentido, resulta fundamental incorporar la educación mediática y la alfabetización digital como ejes prioritarios en la formación de niños/as y adolescentes, fomentando el desarrollo del pensamiento crítico frente a los discursos que circulan en las plataformas digitales (García, 2012; Gutiérrez-Arenas y Ramírez-García, 2021). A nivel institucional, los resultados de este estudio pueden contribuir al diseño de políticas educativas y programas de intervención que favorezcan entornos escolares y sociales inclusivos, sensibles a la

diversidad de género y orientación sexual, y capaces de prevenir dinámicas de discriminación y acoso hacia los/as jóvenes LGTB+. La formación específica en diversidad para el profesorado y las familias, junto con estrategias de sensibilización sostenidas, se revela indispensable para afrontar los retos emergentes de la socialización digital (García-Rojas et al., 2025; Ortega-Ruiz y Zych, 2016). En definitiva, esta investigación pone de relieve el papel que los/as referentes en redes sociales pueden desempeñar como agentes de cambio positivo, capaces de articular espacios de diálogo, visibilización y reconocimiento de la diversidad, contribuyendo así a la construcción de sociedades más abiertas e inclusivas. En este marco, plataformas como *TikTok* puede configurarse como entornos de aprendizaje informal donde se produce una socialización compleja y divergente, en la que la interacción entre referentes y seguidores/as puede aprovecharse como herramienta para la sensibilización y para la prevención de discursos de odio y distintas formas de discriminación. En definitiva, si estas dinámicas son comprendidas e integradas desde una perspectiva educativa, pueden convertirse en estrategias educativas, pueden contribuir a la construcción de una ciudadanía digital más inclusiva y crítica, pero también a la consolidación de una sociedad más respetuosa, plural y democrática en los distintos ámbitos de la vida cotidiana.

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo ha sido posible gracias al apoyo económico de un contrato predoctoral “Concepción Arenal”, financiado por la Consejería de Educación, Formación Profesional y Universidades de Cantabria.

REFERENCIAS

- Álvarez, E., Heredia, H., & Romero, M. F. (2019). La Generación Z y las Redes Sociales. Una visión de los adolescentes en España. *Revista Espacios*, 40(20), 1-3.
<https://www.revistaespacios.com/a19v40n20/a19v40n20p09.pdf>
- Bandura, A. (1984). *Teoría del Aprendizaje Social*. Espasa Calpe.
- Barroso-Moreno, C. Rayón-Rumayor, L., Bañares-Marivela, E., y Hernández-Ortega, J. (2023). Polarization, virality and contrary sentiments for LGTB content on Instagram, TikTok, and Twitter. *Profesional de la información*, 32(2), 1-15.
<https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.11>
- Berbel, A., & Prieto, R. (2016). Stop homophobia: la figura del referente. *Revista de Educación Social*, 23, 346-364. https://eduso.net/res/wp-content/uploads/2020/06/miscelanea6_res_23.pdf
- Boczkowski, P. J., & Mitchelstein, E. (2022). *El entorno digital: breve manual para entender cómo vivimos, aprendemos, trabajamos y pasamos el tiempo libre hoy*. Siglo XXI.
- Borchers, N.S. (2019). Social Media Influencers in Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 13(4), 255-260.
<https://doi.org/10.1080/1553118X.2019.1634075>
- Caravita, S. C., Colombo, B., Stefanelli, S., & Zigliani, R. (2016). Emotional, psychophysiological and behavioral responses elicited by the exposition to cyberbullying situations: Two

- experimental studies. *Psicología Educativa*, 22(1), 49-59.
<https://doi.org/10.1016/j.pse.2016.02.003>
- Casero-Ripollés, A. (2016). Estrategias y prácticas comunicativas del activismo político en las redes sociales en España. *Historia y Comunicación Social*, 20(2), 553-548.
https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2015.v20.n2.51399
- Cerrón, W. (2019). La investigación cualitativa en la educación. *Horizonte de la Ciencia*, 9(17), 1-8. <https://doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2019.17.510>
- Chaparro, N., & Estefan-Vargas, S. (2011). Imágenes de la diversidad. El movimiento de liberación LGTB tras el velo del cine. *Culturales*, 7(14), 56-86.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-11912011000200004
- COGAM (2013). *Homofobia en las aulas*. Comisión de Educación de COGAM.
<https://acortar.link/2MaIR3>
- De Stefano, M., & Pichardo, J.I. (2016). *Sumando libertades. Guía iberoamericana para el abordaje del acoso escolar por homofobia y transfobia*. Red Iberoamericana de Educación LGTBI. <https://acortar.link/gJsXZF>
- Del Prete, A., y Redón, A. (2020). Las redes sociales on-line: espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas. Individuo y Sociedad*, 19(19), 1-11.
<http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue1-fulltext-1834>
- Díaz, R., Rivero, M. B., & Cruz, C. (2020). Actitudes hacia los roles de género y la aceptación hacia la sexualización de las mujeres. *Emerging Trends in Education*, 2(4), 49-65.
<https://doi.org/10.19136/etie.a2n4.3730>
- Ferrés-Prats, J., y Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 19(38), 75-82. [10.3916/c38-2012-02-08](https://doi.org/10.3916/c38-2012-02-08)
- Fumero, A. (2016). JóveneZ. *Revista de Estudios de Juventud*, 114, 11-27.
- Fundación General De La Universidad De La Laguna (2021). *Diagnóstico de la realidad LGTBI+ de la Isla de Tenerife. Análisis de las condiciones sociolaborales y educativas de la población LGTB* (2021). Universidad de la Laguna.
<http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/31006>
- Galindo, L. M. (2017). Los roles de género en la distribución del trabajo en familias homosexuales y homoparentales de hombres en la Ciudad de México. *Revista de Estudios de Género: La Ventana*, 6(48), 48-91.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-94362018000200048
- García, N. (2012). *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Debolsillo.
- García, L. (2019). Necesidad de una educación digital en un mundo digital. *RIED, Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 22(2), 9-22.
<https://doi.org/10.5944/ried.22.2.23911>
- García, C. M., & Martínez, P. M. (2021). Influencers educativos en Twitter. Análisis de hashtags y estructura relacional. *Comunicar*, 68(29), 73-83. <https://doi.org/10.3916/C68-2021-06>
- García-Rojas, A. D., Gutiérrez-Arena, M. P., Hernando-Gómez, A., y Prieto-Medel, C. (2025). Tipos de mediación parental y uso problemático del móvil en escolares de tercer ciclo de Educación Primaria. *Pixel-Bit: Revista de Medios y Educación*, 73, 1-23.
<https://doi.org/10.12795/pixelbit.106808>
- González, R., Serrano, L., & Roca, D. (2020). Perfil de las youtubers españolas dedicadas a la divulgación científica. En A. Castro Higuera, A. M. Sandulescu Budea y R. García-Orellán (Coords.), *Fórmulas comunicativas de vanguardia* (pp. 403-418). Pirámide.
- Gutiérrez Arenas, P., & Ramírez García, A. (2021). El deseo de los menores por ser youtuber y/o influencer. Narcisismo como factor de influencia. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 63, 227-255. <https://doi.org/10.12795/pixelbit.92341>

- Lardies, F., & Potes, M. V. (2022). Redes sociales e identidad: ¿desafío adolescente? *Avances en Psicología*, 30(1), 1-17. <https://revistas.unife.edu.pe/index.php/avancesenpsicologia/article/view/2528>
- Lieberman, A., y Schroeder, S. (2020). Two social lives: how differences between online and offline interaction influence social outcomes. *Current Opinion in Psychology*, 31, 16-21. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.06.022>
- Llorente, M. C. (2013). Aprendizaje autorregulado y PLE. *EDMETIC*, 2(1), 63-79. <https://doi.org/10.21071/edmetic.v2i1.2861>
- Marcelo-Martínez, P., Yot-Domínguez, C., & Marcelo, C. (2023). Los docentes y las redes sociales: usos y motivaciones. *Revista de Educación a Distancia*, 72(23), 1-20. <https://doi.org/10.6018/red.523561>
- Márquez, Y., Gutiérrez-Barroso, J., & Gómez-Galdona, N. (2017). Equidad, género y diversidad en educación. *European Scientific Journal*, 13(7), 300-319. <https://doi.org/10.19044/esj.2017.v13n7p300>
- Medina, S. J. (2022). El género no binario como manera deconstruida de interpretar el mundo. *Revista Disertaciones*, 11(2), 67-85. <https://doi.org/10.33975/disuq.vol11n2.861>
- Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030 (2020). *Informe juventud en España 2020*. <https://bit.ly/3CmnWpz>
- Moral, M., & Suárez, C. (2016). Factores de riesgo en el uso problemático de internet y del teléfono móvil en adolescentes españoles. *Revista Iberoamericana de Psicología y Salud*, 7(2), 69-78. <https://doi.org/10.1016/j.rips.2016.03.001>
- Ortega-Ruiz, R., & Zych, I. (2016). La ciberconducta y la psicología evolutiva: retos y riesgos. *Psicología Educativa*, 22(1), 1-4. <https://doi.org/10.1016/j.pse.2016.04.001>
- Paredes, M., Vilasís-Cardona, X., Puertas-Graell, D., y Aran-Ramspott, S. (2024). “Influencers y jóvenes seguidores. Análisis de sus interacciones comunicativas”. *Profesional de la Información*, 33(4), 1-21. <https://doi.org/10.3145/epi.2024.0413>
- Pérez-Escoda, A., Castro-Zubizarreta, A., & Fandos-Igado, M. (2016). La competencia digital de la Generación Z: claves para su introducción curricular en la Educación Primaria. *Comunicar*, 49, 71-79. <https://doi.org/10.3916/C49-2016-07>
- Pérez-Escolar, M., Alcaide-Pulido, P., & Del Toro, A. (2023). Estudio del rol de los y las influencers en TikTok como divulgadores/as de contenidos. *Revista Prisma Social*, 40, 262-288. <https://dx.doi.org/10.3916/C49-2016-07>
- Pérez-Tornero, J. P., & Varis, T. (2010). *Media literacy and new humanism* (pp. 271-313). Moscow: UNESCO institute for information technologies in Education. <https://iite.unesco.org/pics/publications/en/files/3214678.pdf>
- Piscitelli, A. (2002). *Ciberculturas 2.0 en la era de las máquinas inteligentes*. Ediciones Paidós
- Pöyry, E. Reinikainen, H., & Luoma-Aho, V. (2022). The role of social media influencers in public health communication: Case COVID-19 pandemic. *International Journal of Strategic Communication*, 16(3), 469-484. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2022.2042694>
- QUSTODIO (2021). Informe anual de datos de Qustodio 2021 en las aplicaciones de redes sociales más populares. <https://bit.ly/3CXRifD>
- Renau, V., Oberst, U., & Carbonell-Sánchez, X. (2013). Construcción de la identidad a través de las redes sociales online: una mirada desde el construccionismo social. *Anuario de Psicología*, 43(2), 159-170. <https://raco.cat/index.php/AnuarioPsicologia/article/view/271069>
- Rodrigo, M., & Medina, P. (2006). Posmodernidad y crisis de identidad. *Revista Científica de Información y Comunicación*, 3, 125-146. <https://core.ac.uk/download/pdf/51385127.pdf>
- Rovira, G. (2016). *Activismo en red y multimedias conectadas*. Icaria Editorial.
- Sales, T. (2017). Repensando la interseccionalidad desde la teoría feminista. *Agora – Papeles de Filosofía*, 36(2), 229-256. <https://doi.org/10.15304/ag.36.2.3711>

- Sánchez, J. J. (2021). *Análisis de ficción seriada con componente LGBTQ+: estudio de las representaciones e interpretaciones de casos españoles y estadounidenses durante la década 2011-2020* [Tesis doctoral, Universidad de Murcia]. <https://bit.ly/3lcrTQ4>
- Sánchez, F., & Rodríguez-Panigua, A. (2022). Hacia una comprensión del mundo social virtual en la configuración de espacios de aprendizaje informal. *Foro de Educación*, 20(1), 370-393. <http://dx.doi.org/10.14516/fde.838>
- Sanchez-Castillo, S., & Mercado-Saez, M. T. (2021). Sufro una grave enfermedad rara. Reto a cantar y hacer coreografías en TikTok. *Profesional de la Información*, 30(4), 1-17. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.jul.14>
- Santamaría De La Piedra, E., & Meana, R. (2017). Redes sociales y fenómeno influencer. Reflexiones desde una perspectiva psicológica. *Miscelánea Comillas. Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 75(147), 443-469. <https://revistas.comillas.edu/index.php/miscelaneacomillas/article/view/8433>

Contribución de los autores

Los/as autores/as participaron conjuntamente en todas las fases de la investigación, incluyendo la concepción y diseño del estudio, la recogida y análisis de los datos, así como la revisión y redacción del manuscrito.

Financiación

Este estudio fue financiado por el contrato predoctoral “Concepción Arenal”, concedido y financiado por la Consejería de Educación, Formación Profesional y Universidades de Cantabria.

Agradecimientos

El presente estudio se ha beneficiado del análisis del contenido compartido en *TikTok* por los/as siguientes creadores/as: @riverss, @thee_alesh, @enrique_bernabeu, @galanell, @ibngarcia, @tazarte, @marinadelgadx, @ruben.avilesx, @lunanuevaciky, @nahlu y @dar.ventura.

Conflicto de intereses

Los/as autores/as declaran no tener ningún conflicto de intereses.

Declaración de uso de la IA para la redacción del manuscrito

Los/as autores/as declaran no haber empleado la IA para la redacción total o parcial de este manuscrito.

Citación: Crespo-Haya, M., Fernández-Fuertes, A. A., & Fernández-Rouco, N. (2026). Tiktokers como referentes en la validación de las sexualidades no normativas: un análisis en el contexto español. Título del artículo. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 15(1), art.6. <https://doi.org/10.21071/edmetic.v15i1.17729>
