

TIKTOK EN BOLIVIA: LENGUAJE ESCRITO CONSTRUCTIVO Y OFENSIVO HACIA INFLUENCERS

Cesar Alberto Rios Apaza
mg.csar123@gmail.com

Resumen

Este trabajo de investigación examina el uso de lenguaje constructivo y ofensivo en los comentarios de los usuarios hacia los videos de los influencers que cuentan con más de 4,5 millones de seguidores en la red social TikTok, en Bolivia. Se empleó un enfoque mixto con profundidad descriptiva y un diseño no experimental de tipo transversal, y una lista de cotejo como instrumento de recolección de datos. Los resultados muestran que los usuarios bolivianos emiten comentarios tanto constructivos como ofensivos. Además, se encontró que los componentes del lenguaje, incluyendo la forma, el contenido y el uso, varían en las interacciones con los contenidos de los influencers.

Palabras clave: *influencers, tiktok, lenguaje, lenguaje constructivo, lenguaje ofensivo.*

Abstract

This research work examines the use of constructive and offensive language in user comments towards the videos of influencers who have more than 4,5 million followers on the social network TikTok, in Bolivia. A mixed approach with descriptive depth and a non-experimental cross-sectional design was used, and a checklist was used as a data collection instrument. The results show that Bolivian users emit both constructive and offensive comments. In addition, it was found that the components of language, including form, content, and use, vary in interactions with the influencers' content.

Keywords: *influencers, tiktok, language, constructive language, offensive language.*

1. Introducción

A lo largo de la historia, el concepto de “lenguaje” ha evolucionado y ha sido estudiado desde diferentes perspectivas. Desde el punto de vista de las ciencias del lenguaje, según Caballero (2002) el lenguaje es una facultad innata del ser humano que permite la comunicación a través de sonidos articulados, ya sean orales o escritos. En la misma línea, Ruiz (2023) define el lenguaje como un conjunto de signos, palabras o símbolos utilizados con el propósito de comunicar algo, ya sea de forma verbal o no verbal.

Según Corrales (1993), los componentes del lenguaje son de tres tipos: los de la forma (fonología, morfología y sintaxis), los del contenido (semántica) y los del uso (pragmática). Por lo tanto, el lenguaje consiste en la combinación y utilización armoniosa de estos elementos para permitir la expresión, comprensión y comunicación efectiva entre individuos dentro de una comunidad lingüística.

Carmona (2019) señala que existen formas de usar el lenguaje. Por lo tanto, indica que usar el lenguaje es una cuestión de responder de forma adecuada y actuar correctamente de acuerdo con las reglas y los límites que conforman las prácticas humanas.

En este escenario, el lenguaje constructivo es una forma de comunicación que fortalece las buenas prácticas humanas. Según Ballenato (2007), este lenguaje busca comprender y encontrar puntos en común para llegar a acuerdos, en lugar de centrarse en los problemas o en lo que está mal. Por su parte, Gutiérrez (2023) señala que el lenguaje constructivo se refiere a la forma de comunicación que busca construir y fortalecer las relaciones, en lugar de debilitarlas o destruirlas.

Por otro lado, el lenguaje también puede ser usado de una forma inadecuada, por ejemplo, el uso del lenguaje ofensivo. Según Chapman (2019), este tipo de lenguaje está relacionado con desprecios e insultos que buscan hacer que una persona se sienta mal, parezca estar equivocada o se vea inadecuada.

Según Calcanéo (2021), en el contexto de las redes sociales y la internet, se considera que el lenguaje es de libre expresión, ya que cada red establece normas según sus características. De acuerdo con una publicación de marzo de 2023 en la sección “principios de la comunidad” del sitio oficial de TikTok, esta plataforma permite la libre expresión a sus usuarios. Sin embargo, prohíbe el lenguaje que pueda acosar, humillar, amenazar o avergonzar a otra persona. Asimismo, prohíbe el uso de su plataforma a menores de 13 años.

A pesar de las normas establecidas por TikTok, algunos usuarios no las cumplen. Se observa que en el contexto general de usuarios de esta plataforma, existe un gran porcentaje de lenguaje escrito y oral inadecuado hacia los Tiktokers y hacia los usuarios que interactúan sobre los contenidos de los mismos.

En el contexto de las redes sociales en Bolivia, según una publicación en el periódico Los Tiempos (2023), TikTok es la red más utilizada por adolescentes y jóvenes. Esta plataforma de videos cortos ha ganado una gran popularidad en todo el mundo, y Bolivia no es la excepción. Los jóvenes bolivianos disfrutan creando y compartiendo contenido en esta red social.

Sin embargo, en 2022, se observaron problemas con el lenguaje empleado por los usuarios bolivianos en TikTok, incluyendo el uso de lenguaje ofensivo. La TikToker Albertina, con más de 5 millones de seguidores, fue objeto de críticas y apoyo tras revelarse las tarifas que cobra por publicidad, según la agencia de Noticias Fides (2022). Personalidades como el cantante Fabio Zambrana expresaron su apoyo a Albertina y compartieron sus propias experiencias acerca de las críticas destructivas.

Asimismo, en una entrevista en 2019 en el programa de televisión QDShow, el periodista y TikToker Leonel Fransezze compartió sus experiencias incómodas en las redes sociales, donde recibió muchos mensajes de odio y comentarios ofensivos en Bolivia. Fransezze señaló que las personas son ingenuas con sus opiniones y reaccionan sin argumentos. Además, Fransezze propuso que se aborde de manera urgente el problema del odio y los comentarios ofensivos en las redes sociales, y que se reflexionen sobre estas situaciones para cambiar la sociedad.

La importancia de estudiar el uso del lenguaje escrito constructivo y ofensivo en las redes sociales, en particular en TikTok, radica en la estrecha relación entre el lenguaje y la sociedad. Según Ayala (2012), “El lenguaje es el reflejo de nuestra estructura mental y nuestra realidad” (p.591). Ventura (2020) afirma que el lenguaje es descriptivo, evidencia la cultura y muestra los valores imperantes en cada momento. Por lo tanto, el lenguaje y los contenidos publicados en las redes sociales son un reflejo de la sociedad a la que pertenecen los usuarios.

De acuerdo con lo expuesto, es importante analizar el uso del lenguaje en la red social TikTok. En este sentido, con el propósito de comprender el fenómeno del lenguaje constructivo y ofensivo, se plantearon los siguientes objetivos.

Objetivo general: Determinar el empleo de lenguaje constructivo y ofensivo en los comentarios de los usuarios en los videos de los tiktokers más influyentes en Bolivia.

Objetivos específicos:

- Identificar el uso de lenguaje constructivo y ofensivo en los comentarios de los usuarios en los videos de los creadores de contenido más influyentes.
- Describir los comentarios constructivos y ofensivos de los usuarios, teniendo en cuenta los componentes del lenguaje (forma, contenido y uso).

2. Metodología

Este estudio se basó en un enfoque cualitativo con un alcance descriptivo y un diseño no experimental de tipo transversal. El enfoque cualitativo permitió un análisis de contenido y una interpretación del discurso de los comentarios escritos de los usuarios hacia los influencers en TikTok, proporcionando una visión detallada del uso del lenguaje en la plataforma. El alcance descriptivo permitió la documentación de propiedades, características, así como analizar el lenguaje escrito, tanto constructivo como ofensivo. Esto proporcionó una comprensión más profunda de cómo se utiliza el lenguaje en TikTok y cómo puede influir en las interacciones entre los usuarios y los influencers. Además, el diseño transversal ha permitido capturar una información representativa de estas interacciones en un momento específico.

En relación a la población y la muestra de esta investigación, la población corresponde a 1000 creadores de contenido más influyentes en TikTok de Bolivia que son mayores de 13 años. Esta cifra se basa en el ranking de influencers de TikTok del sitio web HypeAuditor (2023), que indica que existe al menos esa cantidad de influencers en el país. La muestra es no probabilista y se seleccionó por conveniencia. Según Fernández (2004), este tipo de muestreo “se basa en el criterio o juicio del investigador para seleccionar las unidades muestrales representativas”(p.154). En este sentido, la muestra incluye todos los comentarios escritos (un total de 7822 comentarios) por usuarios bolivianos mayores de 13 años sobre los videos más visualizados de 4 tiktokers durante la segunda quincena del mes de julio de 2023.

La selección de los 4 tiktokers se basó en el ranking publicado el 18 de marzo de 2023 en el sitio web “Derechos”. Los tiktokers seleccionados ocupan los primeros 4 puestos del ranking y superan los 4,5 millones de seguidores. Se eligió la segunda quincena del mes de julio para el estudio debido a la temática del estreno de la película Barbie, ya que los tiktokers usualmente abordan sus temáticas de acuerdo a las tendencias del momento.

Tabla 1*Ranking de Tiktokers Bolivianos*

Posición	Tiktoker o influencer	Cantidad de Seguidores
1	Albertina Sacaca	7.4 Millones
2	Leonel Fransezze	6.5 Millones
3	Fabru Blacutt	6.5 Millones
4	Wara Cornejo	4.6 Millones

Con respecto a la técnica y el instrumento de recolección de datos utilizados en este estudio, se empleó la observación como técnica y una lista de cotejo como instrumento. Se crearon dos listas de cotejo, cada una correspondiente a una variable distinta, basándose en los indicadores de cada dimensión. La lista de cotejo consta de 7 indicadores y se aplicó a cada comentario. Los parámetros considerados en las listas fueron “Sí” o “No”. Solo aquellos comentarios que obtuvieron una cantidad de indicadores en el rango de 5 a 7 fueron considerados como lenguaje constructivo u ofensivo. A continuación se presentan los indicadores que se tomaron en cuenta para el el instrumento de recolección de datos de acuerdo con la operacionalización de las variables:

Tabla 2*Operacionalización de la Variable 1*

Variable	Definición operacional	Dimensión	Indicadores
El lenguaje escrito constructivo.	El lenguaje constructivo escrito se refiere a la forma de comunicación que busca construir y fortalecer las relaciones, en lugar de debilitarlas o destruirlas.	Forma	-Uso adecuado de signos de puntuación. - Uso correcto de la gramática. - Uso correcto de la sintaxis.
		Contenido	- El comentario está relacionado con el contenido del video. - El comentario presenta información significativa.
		Uso	- El comentario aporta de forma positiva con argumentos, ejemplos u opiniones sustentadas. - El comentario mantiene un tono respetuoso y cortés.

Tabla 3
Operacionalización de la Variable 2

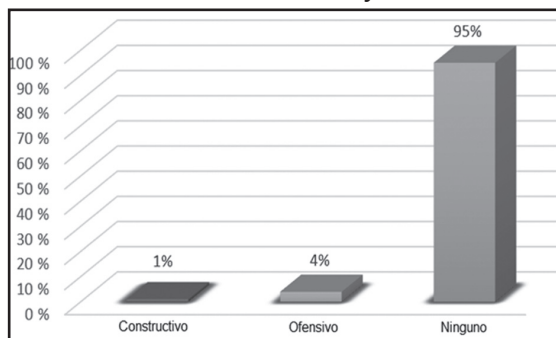
Variable	Definición operacional	Dimensión	Indicadores
El lenguaje escrito ofensivo.	El lenguaje escrito ofensivo se refiere al uso de palabras o expresiones que pueden ser consideradas hirientes, insultantes o de mal gusto por una persona razonable.	Forma	- Uso inadecuado de signos de puntuación.
			- Uso incorrecto de la gramática.
		Contenido	- Uso incorrecto de la sintaxis.
			- El comentario incita al odio hacia el contenido del video.
		Uso	- El comentario desprecia el significado que el video tiene para el influencer.
			- El comentario no contribuye de manera positiva con argumentos, ejemplos u opiniones fundamentadas.
			- El comentario no mantiene un tono respetuoso y cortés.

3. Resultados

Tras la realización de los cálculos estadísticos a partir de los datos obtenidos, se presenta la interpretación de los resultados.

Figura 1

Total de Comentarios Constructivos y Ofensivos en Lenguaje Escrito



En la Figura 1, se observa que de los 7822 comentarios analizados, solo el 1% (79 comentarios) son constructivos y el 4% (311 comentarios) son ofensivos. Estos resultados indican una diferencia significativa en el uso del lenguaje constructivo y ofensivo en comparación con otros tipos de lenguaje empleados por los usuarios bolivianos en los contenidos de los 4 influencers que superan los 4,5 millones de seguidores cada uno. Cabe señalar que estos comentarios fueron seleccionados en base a su cumplimiento con un rango de 5 a 7 indicadores, de los 7 que consta cada lista de cotejo. Por lo tanto, estos resultados son significativos y sugieren que los usuarios bolivianos que interactúan con los contenidos variados de los tiktokers más influyentes del mismo país emplean en un porcentaje mínimo el lenguaje constructivo en la red social, lo cual no es favorable para fomentar un ambiente positivo y constructivo en la plataforma.

Con respecto a los comentarios constructivos según el género de las personas, se encontraron los siguientes resultados:

Tabla 4

Comentarios constructivos sobre los videos con más visualizaciones según el género de las personas

Posición del tiktoker	Video con más visualización	Género masculino	Género femenino	Género no identificado	Total
1.º lugar	4,7 millones	9	36	2	47
2.º lugar	19 millones	12	10	5	27
3.º lugar	3,2 millones	2	0	0	2
4.º lugar	195 mil	0	3	0	0
Total		23	49	7	79

Según los resultados de la Tabla 4, se observa que las mujeres emplean más el lenguaje constructivo en sus comentarios en la plataforma Tiktok, con un total de 49 de los 79 comentarios constructivos, con mayor ponderación en el video del tiktoker que se encuentra en primer lugar en el ranking. Los hombres, por su parte, tienen 23 comentarios constructivos con mayor ponderación en el video del tiktoker que se encuentra en la segunda posición, mientras que 7 comentarios provienen de personas con identificación anónima. Estos resultados muestran que las mujeres tienden más a emitir mensajes constructivos en la plataforma Tiktok, lo cual podría ser un indicador de una mayor empatía y apoyo hacia los creadores de contenido en esta red social. A continuación se muestran ejemplos de comentarios constructivos, que son copias fieles de los originales, cada uno con su respectiva forma de expresión.

- *Que hermosas Barbies y que vestimenta tan original* □

- *ay albertina eres la mejor en serio eres la mejor la mejor del mundo bueno aunque la verdad no veo mucho tus videos pero tus videos sí son bonitos*□□
- *las amo* □ *son hermosa x dentro y x fuera antes los ojos de dios para el somos sus hijos y nos ama nadie tiene x que ablar mal*
- *alm que hermosa desde hace mucho te sigo por como.eres de humilde y me impresiona como te vez de barbie te vez genial*
- *Puede ser gracioso y bueno supuestamente “tratarla como familia” pero no dejan de ser diferentes culturas y esa “confianza” puede ser contraproducente*
- *Un mensaje de advertencia que diga: cuidado No intenten esto en casa.*
Con respecto a los comentarios ofensivos, se evidencia que son más utilizados por hombres, como se observa en la siguiente tabla:

Tabla 5

Comentarios ofensivos sobre los videos con más visualizaciones

Posición	Video con más visualización	Género masculino	Género femenino	Género no identificado	Total
1.º lugar	4,7 millones	183	96	26	305
2.º lugar	19 millones	2	0	0	2
3.º lugar	3,2 millones	2	1	0	3
4.º lugar	195 mil	0	1	0	1
Total		187	98	26	311

Según la Tabla 5, se observa que los hombres son los que más emplean el lenguaje ofensivo en sus comentarios en la plataforma Tiktok, con un total de 187 de los 311 comentarios ofensivos, con mayor ponderación en el video de la tiktoker que se encuentra en el primer lugar en el ranking. Las mujeres y las personas que interactúan con cuentas que no tienen un nombre identificable también emplean lenguaje ofensivo, pero en menor medida. Estos resultados muestran que las personas del género masculino emplean un lenguaje inapropiado, sin respetar el género del influencer. En el caso del tiktoker que se encuentra en el primer lugar, es una mujer, lo cual indica que no se respeta al sexo opuesto. A continuación, se muestran ejemplos de comentarios ofensivos, que son copias fieles de los originales, cada uno con su respectiva forma de expresión.

- *por favor sean sinceros con ella no xque vivio en el campo bana mentirle de esa forma eso nole queda diganselo porfavor* □

- *nuevamente a la falsa pobre y disque humilde le ase falta dólares jajajaja* □
- *Barbie color adobe*
- *valoran más lo extranjero que lo nuestro...que ridicules...y dicen ser originarios.*
- *esa Albertina que se creerá a cualquier cochinada le Disen ahora Barbie jajajaja*
- *Te ves terrible* □ □ *la base no te queda y lo peor ni sabe desfilas hasta Dña Luiza lo hizo mejor*
- *lo que se deben de reír otros Países al ver estas mamadas* □
- *es el poder del maquillaje que transforma lo feo en bonito por eso lo usan los feos por su inseguridad* □ □ *al que le duele comentará* □ □
- *Como es posible este suceso..* □ *Hasta mi perro es más choco qué albertina* □ □
- *parecía barbi afroboliviana buen comic* □
- *Ridiculo bolivia dejan mal* □ □
- *a veces m da pena ser bolivian*
- *Barby chola*
- *???????? no le encuentro lo chistoso y creo que no aporta nada bueno que mal que con se presten para esos video y lo más triste que niños lo vean*
- *yo viendo como todos se creen esta pendejada*

En relación a los componentes del lenguaje constructivo y ofensivo (forma, contenido y uso), se observó que todos los comentarios presentaron errores de ortografía. Con respecto al componente de contenido, solo 390 usuarios emitieron comentarios constructivos y ofensivos relacionados con el contenido del video. Los demás comentarios no clasificaron según los indicadores de la lista de cotejo debido a que incluían emoticonos, risas, emojis, saludos, símbolos y comentarios no relacionados con el contenido del video. En cuanto al uso de comentarios que aportan positivamente a través de argumentos, ejemplos u opiniones respaldadas, y que se presentan con un tono respetuoso y cortés, solo unos pocos comentarios cumplían con estos criterios.

4. Discusión y análisis de resultados

Los resultados de este estudio brindan una visión única sobre el uso del lenguaje constructivo y ofensivo en TikTok en la población boliviana. La falta de investigaciones específicas previas en este ámbito resalta la particularidad de los hallazgos.

La investigación de Castillo (2023), titulada “El lenguaje en uso de la red social TikTok”, concluyó que el lenguaje en esta plataforma es dinámico,

ejerce una influencia significativa en los usuarios y moldea su vocabulario. Aunque este estudio proporciona un marco general sobre la dinámica del lenguaje en TikTok, la ausencia de trabajos específicos en la población boliviana deja un espacio amplio para la exploración y el análisis detallado de las observaciones.

En la muestra de 7822 comentarios analizados, se constata que solo el 1% se clasifica como constructivo, mientras que el 4% es catalogado como ofensivo. Estos resultados indican una marcada diferencia en el uso del lenguaje en comparación con otras formas de interacción lingüística en TikTok. La minuciosa selección de comentarios basada en criterios específicos proporciona una visión detallada de cómo los usuarios bolivianos interactúan con el contenido de los influyentes más destacados.

La participación activa a través de comentarios revela una inmensa preferencia por el uso de emoticonos, emojis, risas y observaciones no directamente vinculadas al contenido de los videos. Esta dinámica, si bien refleja el carácter entretenido de TikTok, plantea cuestionamientos sobre la calidad y la sustancia de las interacciones en la plataforma. A pesar de la predominancia de un lenguaje más simplificado, la escasa presencia de lenguaje constructivo sugiere una oportunidad para fomentar un cambio hacia interacciones más enriquecedoras y colaborativas.

En síntesis, este estudio presenta una perspectiva inédita sobre las interacciones lingüísticas en TikTok en el contexto boliviano, destacando áreas de mejora para promover una comunicación más positiva y constructiva en la plataforma. Estas observaciones pueden servir como base para futuras investigaciones y estrategias destinadas a enriquecer la calidad de las interacciones en entornos virtuales.

5. Conclusión

Este estudio determinó el uso de lenguaje constructivo y ofensivo en los comentarios de los usuarios bolivianos en los videos de los tiktokers más influyentes de Bolivia en TikTok. Los resultados indican que el lenguaje predominante no está vinculado ni con lo constructivo ni con lo ofensivo, ya que se encontró que un 95% de los comentarios estaban relacionados con emoticonos, risas, emojis, saludos, símbolos y comentarios no relacionados con el contenido del video. Solo el 4% de los comentarios fueron ofensivos y el 1% fueron constructivos. Esto sugiere que una cantidad reducida de usuarios utiliza un lenguaje ofensivo, lo cual es perjudicial, mientras que el uso de lenguaje constructivo es mínimo. Por lo tanto, se puede inferir que los tiktokers no reciben aportes significativos para la elaboración de sus contenidos.

Respecto a los comentarios constructivos y ofensivos que los usuarios bolivianos escriben en TikTok, considerando los componentes del lenguaje. En cuanto a la forma, se concluye que la mayoría de los comentarios presentan errores de ortografía, lo que dificulta su lectura. En relación al contenido, se encontraron más comentarios ofensivos que constructivos. Los comentarios ofensivos contienen mensajes discriminatorios y de odio. Finalmente, en términos de uso, los comentarios constructivos aportan de manera positiva con argumentos, ejemplos y opiniones sustentadas, manteniendo siempre un tono respetuoso.

Debido a la importancia del uso del lenguaje en las redes sociales para lograr una comunicación exitosa, se recomienda lo siguiente:

- **A los creadores de TikTok:** Fomentar el uso de lenguaje constructivo en los comentarios de los usuarios, a través de campañas de concientización y moderación de comentarios ofensivos.
- **A las universidades y colegios:** Incluir en sus programas educativos la importancia del uso del lenguaje constructivo en las redes sociales y fomentar su práctica entre los estudiantes.
- **A los docentes:** Enseñar a sus estudiantes sobre el uso responsable del lenguaje en las redes sociales y fomentar el uso de lenguaje constructivo en sus interacciones en línea. También pueden incluir actividades y discusiones en clase sobre el impacto del lenguaje ofensivo y cómo prevenirlo.
- **A los padres de familia:** Educar a sus hijos sobre el uso responsable del lenguaje en las redes sociales y supervisar su actividad en estas plataformas para prevenir el uso de lenguaje ofensivo.

6. Referencias bibliográficas

- Agencia de Noticias Fides. (2022, Julio 24). Tiktoker Albertina: Disfruten mis últimos borradores, tal vez sean los últimos videos que suba. <https://www.noticiasfides.com/nacional/sociedad/tiktoker-albertina-disfruten-mis-ultimos-borradores-tal-vez-sean-los-ultimos-videos-que-suba-416650>
- Ayala, S. (2012). El poder de la comunicación en una sociedad globalizada. https://www.google.com.bo/books/edition/El_poder_de_la_comunicaci%C3%B3n_en_una_soci/Ik_uBgAAQBAJ?hl=es419&gbpv=1&dq=el+lenguaje+es+el+reflejo+de&pg=PA591&printsec=frontcover
- Ballenato, G. (2007). Educar sin gritar. Editorial la esfera de los Libros. https://www.google.com.bo/books/edition/Educacion_sin_gritar/tY_zBgAAQ

- BAJ?hl=es419&gbpv=1&dq=ballenato+lenguaje+constructivo&pg=PA140&printsec=frontcover
- Caballero, H. (2002). Comunicación, género y educación. https://www.google.com.bo/books/edition/Comunicaci%C3%B3n_g%C3%A9nero_y_educaci%C3%B3n_Repre/qdOfDwAAQBAJ?hl=es419&gbpv=1&dq=el+lenguaje+reflejo+de+una+cultura&pg=PA91&printsec=frontcover
- Caballero, C. (2022). *Lengua castellana y Literatura I*. Editorial Editex. https://www.google.com.bo/books/edition/Lengua_castellana_y_Literatura_I_LOMLOE/LYB8EAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=el+lenguaje+2022&pg=PA12&printsec=frontcover
- Calcano, M. (2021). Internet, redes sociales y libertad de expresión. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-91932021000100035
- Carmona, C. (2019). La consciencia del límite. https://www.google.com.bo/books/edition/Ludwig_Wittgenstein/lcONDwAAQBAJ?hl=es419&gbpv=1&dq=formas+de+usar+el+lenguaje&pg=PT96&printsec=frontcover
- Castillo, S. (2023). El lenguaje en uso de la red social TikTok y su significación en los adolescentes de la Primera Iglesia Bautista Filial de la ciudad de Baños de Agua Santa. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/38096/1/BJCS-CS-704.pdf>
- Chapman, G. (2019). Ama a tu cónyuge aun cuando quieras salir corriendo. [https://www.google.com.bo/books/edition/Ama_a_tu_c%C3%B3nyuge_aun_cuando_quieras_sal/xxTbDwAAQBAJ?hl=es419&gbpv=1&dq=lenguaje+ofensivo+Chapman+\(2019\)&pg=PT104&printsec=frontcover](https://www.google.com.bo/books/edition/Ama_a_tu_c%C3%B3nyuge_aun_cuando_quieras_sal/xxTbDwAAQBAJ?hl=es419&gbpv=1&dq=lenguaje+ofensivo+Chapman+(2019)&pg=PT104&printsec=frontcover)
- Corrales, M. (1993). Lenguaje Logo II. https://www.google.com.bo/books/edition/Lenguaje_Logo_Ii_Integrando_Ideas/oEKQkLsbywIC?hl=es419&gbpv=1&dq=LENGUAJE+FORMA+CONTENIDO+Y+USO+pragmatica&pg=PA140&printsec=frontcover
- DeRedes. (2023, marzo 18). ¿Quiénes son los tiktokers más seguidos de Bolivia? Conoce el ranking. <https://deredes.tv/2023/03/18/quienes-son-los-tiktokers-mas-seguidos-de-bolivia-conoce-el-ranking-en-losstreamers-tiktok-viral-bolivia/>
- Fidias, A. (2012). El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica. Editorial: Episteme, C.A.
- Fernández, A. (2004). Investigación y técnicas de mercado. https://www.google.com.bo/books/edition/Investigaci%C3%B3n_y_tecnicas_de_mercado/LnVxgMkEhkgC?hl=es-419&gbpv=1&dq=muestra+por+conveniencia&pg=PA154&printsec=frontcover

- Gutiérrez, E. (2023). Las tres claves del lenguaje constructivo, el arma contra la polarización. <https://www.linkedin.com/pulse/las-3-claves-del-lenguaje-constructivo-el-arma-contra-ernesto/?originalSubdomain=es>
- HypeAuditor. (2023). Top 1000 TikTok influencers en Bolivia. <https://hypeauditor.com/es/top-tiktok-bolivia>
- Los Tiempos. (2023). Facebook continúa siendo la red social preferida de los bolivianos, pero TikTok gana terreno. Los Tiempos. <https://www.lostiempos.com/tendencias/tecnologia/20230608/facebook-continua-siendo-red-social-preferida-bolivianos-pero-tiktok>
- Noticias Fides. (2022). TikToker Albertina: “Disfruten mis últimos borradores, tal vez sean los últimos videos que suba”. <https://www.noticiasfides.com/nacional/sociedad/tiktoker-albertina-disfruten-mis-ultimos-borradores-tal-vez-sean-los-ultimos-videos-que-suba-416650>
- QDShow. (2019). LEONEL FRANSEZZE Me dijeron de todo con publicaciones falsas| Los haters me causan risa. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=8OzgQ8wyLIA&ab_channel=QDShow
- Ruiz, F. (2023). Lengua castellana. https://www.google.com.bo/books/edition/Lengua_Castellana_1_Edici%C3%B3n_2023/oR3JEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=el+lenguaje+2023&pg=PA6&printsec=frontcover
- TikTok. (2023, 23 de marzo). Principios de la comunidad. <https://www.tiktok.com/community-guidelines/es-es/community-principles>
- Ventura, A. (2020). Manual de derecho constitucional español con perspectiva de género. https://www.google.com.bo/books/edition/Manual_de_Derecho_Constitucional_espa%C3%B3l/5ZHuDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=El+lenguaje+es+descriptivo,+evidencia+la+cultura+y+muestra+los+valores+imperantes+en+cada+momento&pg=PT72&printsec=frontcover
- Zambrana, F. (2023). Mi opinión sobre ALBERTINA SACACA y quienes la odian y la envidian. Facebook. <https://www.facebook.com/fabiozambranapaginaoficial/videos/1278948542511219>