

ANÁLISIS DE #TIKTOKCHALLENGES CON CONTENIDO FÍSICO-MOTOR: APROXIMACIONES DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO

ANALYSIS OF #TIKTOKCHALLENGES WITH PHYSICAL-MOTOR
CONTENT: APPROACHES FROM A GENDER PERSPECTIVE 

ANÁLISE DO #TIKTOKCHALLENGES COM CONTEÚDO FÍSICO-
MOTOR: ABORDAGENS NUMA PERSPECTIVA DE GÉNERO 

 <https://doi.org/10.22456/1982-8918.137830>

 **Jorge Agustín Zapatero Ayuso*** <jzapater@ucm.es>

 **Elena Ramírez Rico*** <elenaram@ucm.es>

 **Elisa García Obrero*** <elisag11@ucm.es>

 **Miguel Villa de Gregorio*** <mivill03@ucm.es>

*Universidad Complutense de Madrid. Madrid, Espanha.

Resumen: El objetivo de esta investigación fue analizar *#TikTokChallenges* con contenido físico-motor realizando una aproximación desde la perspectiva de género. Se utilizó una metodología observacional y cualitativa sobre una muestra, intencional y previamente seleccionada, de 87 vídeos con contenido físico-motor. Las categorías del análisis observacional se fundamentaron en la literatura previa y la codificación fue realizada por dos analistas. Los datos de dicha codificación fueron tratados en SPSS. Los pies de vídeo fueron analizados cualitativamente con Atlas.ti procediendo con un conteo de palabras y un análisis inductivo. Los resultados mostraron que la mayoría de los vídeos analizados manifestaron capacidades perceptivo-motrices, siendo la expresión corporal y el baile los contenidos más frecuentes. Seis vídeos presentaron contenido con ideología de género. Se discute sobre la necesidad de ahondar en el conocimiento de esta red social que puede actuar en la promoción de actividad física y la construcción de género en la población joven.

Palabras clave: Redes Sociales. Actividades físicas. Educación y entrenamiento físico. Equidad de género.

Recibido en: 4 ene. 2024
Aprobado en: 17 abr. 2024
Publicado en: 20 ago. 2024



Este es un artículo
publicado bajo la licencia
Creative Commons
Atribución 4.0 Internacional
(CC BY 4.0).

1 INTRODUCCIÓN

Las redes sociales permiten a los usuarios intercambiar información y discutir ideas mediante comentarios, publicaciones, chats, así como facilitan la interacción con otros y crean comunidades colaborativas de una forma eficiente (Yu; Lee; Chao, 2020). La repercusión de las redes sociales en el desarrollo psico-social de las personas es incuestionable (violencia, construcción de género, salud mental, autoestima, autoconcepto), siendo muy amplias las ramificaciones de este problema de investigación, por lo que la atención al contenido creado en las redes sociales requiere de cierta profundización (Challco-Huaytalla; Rodríguez Vega; Jaimes-Soncco, 2016; Cuenca; Espinoza; Bonisoli, 2020; Rojo-Ramos *et al.*, 2022).

De acuerdo con el IAB Spain (2021), la red TikTok es una de las más populares y su uso es cada vez más habitual entre la población, presentando un incremento continuo año tras año tanto en el conocimiento de la red social como en su uso en España. Esta irrupción y continuo crecimiento se produjo durante la cuarentena derivada de la COVID-19 en 2020, donde el formato de vídeos cortos y en bucle, acompañados de música, sirvieron para crear un nuevo lenguaje para la educación, la comedia, las actividades familiares y la actividad física (Escamilla-Fajardo; Alguacil; López-Carril, 2021; Ibanez-Ayuso; Limón; Ruiz-Alberdi, 2022). En dicho momento, la etiqueta o *hashtag* *#fitnessencasa* fue una de las más buscadas y vieron la luz y se popularizaron los conocidos ahora como *#TikTokChallenges*¹. Bajo esta denominación, u otras similares, comenzaron a etiquetarse múltiples retos vinculados a la actividad físico-deportiva y artístico-expresiva, siendo *#toiletpaperchallenge* y *#levelupchallenge* dos de los retos más replicados durante el confinamiento (Olivares-García; Méndez-Majuelos, 2020). El antídoto de los *challenges* de TikTok durante el confinamiento (Kennedy, 2020) no hizo más que iniciar un nuevo lenguaje, una nueva forma *corporal* de relación que utilizaba el movimiento apoyado en las capacidades y habilidades perceptivas y físico-motrices. Hoy en día este fenómeno se viraliza en retos con múltiples formatos: habilidad, acondicionamiento físico, dramatización o ritmo corporal-danza. Se coincide con Escamilla-Fajardo, Alguacil y López-Carril (2021) en que, en la actualidad, TikTok presenta una oportunidad valiosa, con una orientación y reflexión pedagógica, para el campo de la actividad físico-deportiva.

Sin embargo, su reciente crecimiento no ofrece un campo empírico amplio, lo cual refuerza la necesidad de indagar en los *#TikTokChallenges* desde un punto de vista físico-motor. Escamilla-Fajardo, Alguacil y López-Carril (2021) evidenciaron el potencial creativo de los retos en la formación del Grado en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, demostrando, además, una repercusión positiva sobre la motivación, la curiosidad, el aprendizaje activo y colaborativo después de utilizar TikTok para la creación de retos de expresión y creatividad corporal. Otros estudios

1 No existe una definición consensuada y única de este concepto. En este trabajo se definen como aquellos desafíos o retos: (1) que ponen de manifiesto y requieren de la aplicación de alguna o algunas capacidades físicas, perceptivas y/o habilidades motrices; (2) que pueden ser desarrollados de forma individual, en parejas o grupos; (3) que frecuentemente van acompañados de los *hashtags* “*trend*” o “*challenge*”; (4) que tienen como propósito fundamental viralizarse, ser vistos y reproducidos por el resto de usuarios de TikTok u otras redes sociales. Para una mejor comprensión se incorporan dos ejemplos: [#backpaintingchallenge](#) o [#calmdownchallenge](#).

previos pioneros se sumergieron en el propio contenido de los *#TikTokChallenges*. Ibanez-Ayuso; Limón; Ruiz-Alberdi (2022) analizaron el papel de estos en la configuración de la familia y las relaciones paterno-materno-filiales en estos vídeos. Los resultados alertaron de posibles riesgos en estos vídeos como son la creación de una huella digital en las hijas e hijos o la anteposición de los intereses de las madres y padres a los de las hijas e hijos. González-Ramírez (2022) profundizó en los retos vinculados al baile o *#dancechallenges*. Los resultados de esta investigación mostraron cómo los influencers élite (más de un millón de seguidores) e intermedios (con más de cincuenta mil seguidores) reprodujeron este tipo de retos, lo que manifiesta el impacto que pueden llegar a tener estas publicaciones. Además, de acuerdo con Kennedy (2020), los hallazgos evidenciaron que los *#dancechallenges* contribuyeron a la transmisión de una ideología de género donde predominaba una imagen racializada, sexualizada y estereotipada de la mujer de acuerdo con ideales tradicionales de belleza: predominaron chicas con pelo largo y liso, ropa ceñida y con un lenguaje corporal seguro y sensual.

Con este marco teórico-empírico previo, se hace necesario profundizar en el conocimiento de esta red social. Si bien alguna investigación previa analizó los retos de baile (González-Ramírez, 2022), las etiquetas y los contenidos físico-motors pueden ser muy diversos en esta red social y adoptar otras manifestaciones, distintas al propio baile, como los retos de condición física o los de habilidad (Olivares-García; Méndez-Majuelos, 2020). Por tanto, parece necesario ampliar el análisis de estos retos, viéndolos en un sentido más global y aglutinando contenidos físico-motors más diversos en aras de obtener una visión más panorámica de los *#TikTokChallenges*. Asimismo, dada la repercusión en la construcción de género de algunos de los *#dancechallenges* (González-Ramírez, 2022) parece necesario contrastar estos resultados con perspectiva de género. Estos son los argumentos y motivaciones del presente trabajo, que tiene como objetivo general analizar de forma descriptiva diferentes manifestaciones de los *#TikTokChallenges* con contenido físico-motor y con perspectiva de género. Concretamente, se pretende atender a los siguientes objetivos específicos:

- Indagar sobre las características de los *#TikTokChallenges* con contenido físico-motor.
- Analizar en profundidad el contenido de estos retos con perspectiva de género.

2 METODOLOGÍA

Para explorar los objetivos de estudio, se utilizó una metodología observacional y cualitativa, siguiendo algunas de las premisas de la metodología visual crítica (Rose, 2016) utilizada en investigaciones previas sobre este problema (González-Ramírez, 2022).

2.1 BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE VÍDEOS

De acuerdo con Huamán y Ramírez (2022), la población o número de vídeos es infinita, debido al funcionamiento de la red TikTok, por lo que se procedió con una técnica intencional selectiva, cuyo criterio de selección fue que el vídeo tuviera relación con la actividad físico-deportiva o artístico-expresiva. Esta búsqueda y selección fue realizada por dos expertos en actividad físico-deportiva. Para su desarrollo, se utilizaron los *hashtags*, pues constituyen un lenguaje que actúa como configurador social en la red, permitiendo identificar información y temas de conversación entre los usuarios (González-Ramírez, 2022). De este modo, se realizaron búsquedas con términos *#TikTokChallenge*, *#challenge*, *#reto* o *#trend* en la plataforma, observando los resultados y seleccionando aquellos vídeos que tenían relación con la motricidad y la actividad física. De acuerdo con la investigación de González-Ramírez (2022), que demostró que los *hashtags* pueden ir acompañados de otro tipo de etiquetas que no reflejen el concepto *#challenge*, la selección se enriqueció de manera manual, navegando y visualizando vídeos en la propia red social, la cual de acuerdo con su algoritmo muestra contenido similar al que está siendo visualizado por el usuario. Este procedimiento permitió conseguir una muestra más amplia y evitar la pérdida de contenido que pudiera ser menos viral, pero tuviera una orientación físico-motriz. La muestra analizada fue de 87 vídeos.

2.2 INSTRUMENTO Y CATEGORÍAS DE ANÁLISIS

Para el análisis de los datos se creó un instrumento *ad hoc*: sistema de codificación observacional de los *#TikTokChallenges* físico-motores con perspectiva de género. Este instrumento posee un propósito descriptivo siguiendo una codificación basada en categorías agrupadas en cuatro dimensiones: datos básicos, circulación y audiencia, producción, e imagen (Cuadros 1 a 3). El diseño del instrumento se basó en un análisis bibliográfico y se apoyó en las dimensiones de la metodología visual crítica (Rose, 2016), utilizada en estudios previos sobre el problema de estudio (González-Ramírez, 2022).

Cuadro 1 - Justificación y explicación de las categorías del sistema de observación de #TikTokChallenges físico-motores con perspectiva de género. Dimensiones: datos básicos de análisis; circulación y audiencia.

Dimensión	Descripción dimensión	Categorías	Descripción categoría
Datos básicos de análisis	Enlaces a retos y datos de la fecha de análisis, dado el carácter dinámico y versátil de la red social	Enlaces al reto Fecha de análisis	Se recoge el reto enlazado a TikTok u otra aplicación de almacenamiento y la fecha de análisis, pues dicha fecha condiciona los resultados de circulación y audiencia.
Circulación y audiencia	Esta dimensión refleja la movilidad de la imagen y su receptividad entre los usuarios, atendiendo a las características de la red social. Se recogen factores propios de la red social (usuarios o cuentas, visualizaciones, comentarios, hashtag), así como los lugares en los que los retos circulan y se auditan.	Texto/ Descripción del reto	Información gráfica-verbal con la que se publica el vídeo de TikTok.
		Nº visualizaciones	Cantidad de interacciones producidas por el vídeo.
		Nº comentarios	
		Nº me gustas	
		Enlace a usuario	Enlace a la cuenta que publica el reto.
		Tipo de influencer	Clasificación del nivel de influencia (González-Ramírez, 2022).
		Género influencer	Identificación del género de las personas dueñas de la cuenta.
		Contexto no deportivo	Identificación del contexto del reto, urbano o rural, en caso de no ser desarrollado en un espacio deportivo.
		Especificación del espacio urbano o natural (por ejemplo, calle, plaza, playa)	Especificaciones abiertas para explicar de forma precisa el lugar donde se desarrolla el reto.
		Espacios deportivos	Indicación del espacio deportivo en el que se desarrolla el reto: canchas, piscinas, vestuarios
		Medio	Diferenciación entre el medio, acuático, terrestre o aéreo, del reto.

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 2 - Justificación y explicación de las categorías del sistema de observación de #TikTokChallenges físico-motrices con perspectiva de género. Dimensión: producción

Dimensión	Descripción dimensión	Categorías	Descripción categoría
Producción	Esta dimensión se vincula con el contenido del reto propiamente dicho y sus circunstancias de producción (escogidas por los usuarios con carácter intencional). Se profundiza en los <i>challenges</i> desde el punto de vista motor y musical, como binomio que impulsa y motiva la producción de <i>challenges</i> físico-motrices.	Tipo de contenido	Identificación del tipo de contenido físico-motriz del reto: perceptivo-motor, acondicionamiento físico o habilidades motrices básicas (Del Valle <i>et al.</i> , 2014).
		Expresión corporal intencionada	Identificación de la expresión corporal como contenido específico perceptivo-motor al tratarse de contenidos como la dramatización, el baile o el teatro de sombras.
		Habilidades motrices implicadas	Explicación de las habilidades motrices presentes en el reto (marcha, carrera, salto, giro).
		Cualidad física básica 1	Identificación de las cualidades físicas básicas presentes en el reto: fuerza, flexibilidad, velocidad o resistencia. Se incluye más de una categoría para reflejar una manifestación de más de una de ellas.
		Cualidad física básica 2	
		Lenguaje	Identificación del lenguaje verbal, no verbal o combinado.
		Estilo de música	Diferenciación del estilo musical presente en el reto (Cremades, 2022)
		Tipo de música	Identificación de si la música es vocal, no vocal-corporal, no vocal-instrumental o combinadas (Cremades, 2022).

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 3 - Justificación y explicación de dimensiones y categorías del sistema de observación de #TikTokChallenges físico-motoreos con perspectiva de género. Dimensiones: imagen y observaciones

Dimensión	Descripción dimensión	Categorías	Descripción categoría
Imagen	El análisis de esta dimensión se relaciona con el análisis de la imagen desde el punto de vista más intuitivo y palpable. Realiza una descripción de la imagen para atender al poder de transmisión de información cultural y social que es inherente a cada imagen de los challenges.	Agrupamientos	Número de personas que realizan el reto: individual, parejas
		Agrupamiento desde el punto de vista de género	Distinción entre si los grupos de personas son del mismo o distinto género: homogéneo o heterogéneo.
		Material	Identificación del material específico de Educación Física utilizado (Blández, 1995; Méndez-Giménez, 2008): convencional, alternativo o reciclado. Se incluye una categoría adicional para especificar qué materiales fueron utilizados.
		Orientación	Descripción de la orientación de la grabación del vídeo: frontal, lateral
		Plano	Identificación del plano de grabación del vídeo: detalle, americano
		Vestimenta	Análisis de los estereotipos de género que pueden estar presentes en la vestimenta (Bustamante; Ferrer, 2019): vestimenta estereotipada, no estereotipada, o libre expresión o disidencia de género.
		Expresión emocional primaria 1	Identificación de la expresión emocional primaria de las personas: tristeza, alegría, ira, neutra. Se incluyen dos categorías por si el evaluador identifica más de una emoción manifiesta en el vídeo.
		Expresión emocional primaria 2	
		Expresividad corporal (partes)	Diferenciación de las partes corporales que expresan información en el reto: cabeza, brazos, manos
		Tipo de movimiento	Distinción del movimiento expresivo-corporal (LEARRETA <i>et al.</i> , 2006, p.53): figurativo imitativo, figurativo simbólico y abstracto.
Observaciones	Espacio para que el analista pueda recoger información relativa al reto de interés para la investigación.	Abierta	Identificación del tema expresivo-corporal (Learreta; Ruano; Sierra, 2006, p. 56): real concreto, real abstracto o imaginario-ficticio.
			Detalle de información que el analista quiera destacar sobre el propio análisis o líneas futuras de investigación.

Fuente: elaboración propia

2.3 ANÁLISIS Y TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Los datos fueron tratados de forma cuantitativa utilizando SPSS®, versión 25. Las categorías cerradas y de elección simple fueron transformadas en categorías numéricas; por ejemplo, el tipo de *influencer*, el lenguaje o el medio. Las categorías relativas a los materiales, espacios, las capacidades físicas implicadas o la expresión emocional, las cuales fueron abiertas, recibieron tratamiento de respuesta múltiple. Se aplicó un cálculo de frecuencias y porcentajes para la presentación de los resultados, así como también se aplicaron pruebas de Chi-cuadrado para analizar las relaciones entre el género del *influencer* y algunas categorías como el tipo de contenido, las habilidades motrices o las capacidades físicas observadas en los vídeos.

El tratamiento de los pies de vídeo o información gráfico-verbal que acompaña a la publicación fue tratada de forma cualitativa utilizando Atlas.ti® versión 23. Para ello, se emplearon herramientas como el conteo de palabras y la nube de palabras. Asimismo, se procedió con un análisis inductivo sobre aquellos pies de vídeo que reflejaron palabras relativas al género, identificando la información con dos categorías: discriminación y desigualdad de género (aquellos que presentaron algún elemento discriminatorio); igualdad de género (aquellos que reivindicaron la igualdad de género o el empoderamiento de la mujer).

3 RESULTADOS

3.1 CARACTERÍSTICAS DE LOS #TIKTOKCHALLENGES CON CONTENIDO FÍSICO-MOTOR

Los 87 vídeos fueron analizados siguiendo las dimensiones de análisis: circulación y audiencia; producción; e imagen. En relación con la dimensión de circulación y audiencia (Tablas 1 y 2), los vídeos analizados tuvieron una media de 315830.1 visualizaciones, 179030.84 "me gustas" y 3915.05 comentarios. Los *influencers* élite (n=33, 37.9%) y con más de una persona de distinto género fueron los más habituales (n=44, 50.6%). El medio terrestre (n=85, 97.7%) y el contexto no deportivo urbano fueron las más frecuentes (n=65, 74.7%). La mayoría de los vídeos fueron grabados en espacios no deportivos (n=68, 78.2%) y los espacios deportivos más utilizados fueron las pistas polideportivas (n=10, 11.5%). Concretamente, el espacio no deportivo más utilizado fue el hogar (n=47, 68.1%).

Tabla 1 - Análisis de las categorías de la dimensión circulación y audiencia

Categoría	Subcategoría	N	%
Tipo de influencer	Élite (1-5M seguidores)	33	37.9
	Macro-influencer (500K-1M seguidores)	4	4.6
	Intermedio influencer (50K-500K seguidores)	23	26.4
	Micro-influencer (10K-50K seguidores)	18	20.7
	Nano-influencer (1K-10K seguidores)	2	2.3
	No influencer (menos 1K seguidores)	6	6.9
Género influencer	Sin acceso a cuenta	1	1.1
	Masculino (una o más personas)	11	12.6
	Femenino (una o más personas)	31	35.6
	Más de dos personas distinto género	44	50.6
	Sin acceso a cuenta	1	1.1
Medio	Acuático	1	1.1
	Aéreo	1	1.1
	Terrestre	85	97.7
Contextos no deportivos	Natural	4	4.6
	Urbano	65	74.7
	Otros	18	20.7
Contextos deportivos	Gimnasios	3	3.4
	Pistas deportivas o polideportivas	10	11.5
	Salas de danza o polivalentes	3	3.4
	Vestuarios	1	1.1
	Instalaciones acuáticas	1	1.1
	Gradas u otros lugares anexos	1	1.1
	No deportivos	68	78.2

Nota: N=número de citas; %=porcentaje.

Fuente: Los autores

Tabla 2 - Análisis de la categoría con tratamiento de elección múltiple de la dimensión circulación y audiencia

Categoría	Subcategoría	N	%	% de casos
Espacios utilizados	Hogar	47	68.1	70.1
	Comercio/Centro comercial	2	2.9	3
	Calle	9	13	13.4
	Parque	4	5.8	6
	Aparcamientos/Garajes	3	4.3	4.5
	Playa	1	1.4	1.5
	Aire libre, bosque o campo	1	1.4	1.5

Nota: N=número de citas; %=porcentaje.

Fuente: Los autores

En cuanto a la dimensión de producción (Tabla 3 y 4), el contenido físico-motor más presente en los vídeos fue el perceptivo-motor (n=43, 49.4%) y mayoritariamente se empleó el lenguaje no verbal (n=71, 81.6%). En cuanto a la música, el tipo de música más frecuente fue vocal (n=66, 75.9%) y de estilo *dance* (n=22, 25.3%). La

habilidad motriz de lanzamiento fue la más frecuente en los retos (n=12, 31.6%) y la fuerza la capacidad física manifiesta más habitual en los retos de acondicionamiento físico (n=13, 54.2%).

Tabla 3 - Análisis de las categorías de la dimensión producción

Categoría	Subcategoría	N	%
Tipo de contenido	Perceptivo-motor	44	50.5
	Habilidades motrices básicas o específicas	13	14.9
	Acondicionamiento físico	17	19.5
	Perceptivo-motor y habilidades motrices	5	5.7
	Acondicionamiento y habilidades motrices	5	5.7
	Perceptivo-motor y acondicionamiento físico	3	3.4
Lenguaje utilizado	Verbal	4	4.6
	No verbal	71	81.6
	Combinado	12	13.8
Tipo de música	Vocal	66	75.9
	Instrumental	15	17.2
	Sin música	6	6.9
Estilo de música	Reguetón	8	9.2
	Pop	11	12.6
	Rap-Hip-hop	11	12.6
	Electrónica	10	11.5
	Dembow	1	1.1
	Dance	22	25.3
	Rock&Roll	3	3.4
	Techno	6	6.9
	Heavy Metal	1	1.1
	Folklórica	2	2.3
	Jazz	1	1.1
	Indie	1	1.1
	Sin música	6	6.9
	Vallenato	1	1.1
	BSO	3	3.4

Nota: N=número de citas; %=porcentaje.

Fuente: Los autores

Tabla 4 - Análisis de las categorías con tratamiento de elección múltiple de la dimensión producción

Categoría	Subcategoría	N	%	% de casos
Habilidades motrices	Salto	8	21.1	33.3
	Marcha	1	2.6	4.2
	Carrera	1	2.6	4.2
	Gateo	1	2.6	4.2
	Lanzamiento	12	31.6	50
	Recepción	8	21.1	33.3
	Giro	5	13.2	20.8
	Pateo	1	2.6	4.2
	Trepa	1	2.6	4.2
	Total	38	100	158.3
Capacidades físicas básicas	Fuerza	13	54.2	68.4
	Flexibilidad	7	29.2	36.8
	Resistencia	2	8.3	10.5
	Velocidad	2	8.3	10.5
	Total	24	100	126.3

Nota: N=número de citas; %=porcentaje.

Fuente: Los autores

En relación con la imagen (Tablas 5 y 6), los vídeos fueron desarrollados con mayor frecuencia sin material (n=55, 67.8%), en parejas (n=43, 49.4%) y en grupos heterogéneos o mixtos desde el punto de vista de género (n=39, 44.8%). En cuanto a la imagen y la expresión corporal, el tipo de tema más frecuente fue imaginario (n=75, 86.2%), con un movimiento abstracto (n=75, 86.2%) y en el que se implicaba la expresión y uso del cuerpo en su globalidad (n=73, 83.9%). La expresión emocional primaria más identificada fue la alegría (n=67, 65.7%).

Tabla 5 - Análisis de las categorías de la dimensión imagen

Categoría	Subcategoría	N	%
Materiales desde el punto de vista de la EF	Sin material	59	67.8
	Convencional de EF	15	17.2
	Alternativo de EF	2	2.3
	Reciclado	7	8
	Más de uno de estos tipos	4	4.6
Agrupamientos	Individual	22	25.3
	Parejas	43	49.4
	Tres o más personas	22	25.3
Agrupamientos desde el punto de vista de género	Individual	21	24.1
	Heterogéneo	39	44.8
	Homogéneo	25	28.7
	No identificable	2	2.3
Tipo de tema	Imaginario	75	86.2
	Real-concreto	7	8
	Real-abstracto	5	5.7
Tipo de movimiento	Movimiento abstracto	75	86.2
	Movimiento figurativo-imitativo	6	6.9
	Movimiento figurativo-simbólico	6	6.9
Expresividad corporal (partes implicadas)	Manos, brazos y hombros	5	5.7
	Tronco	2	2.3
	Piernas y pies	4	4.6
	Expresión corporal global	73	83.9
	Cabeza y cara / Hombros, brazos y manos	3	3.4

Nota: N=número de citas; %=porcentaje.
Fuente: Los autores

Tabla 6 - Análisis de la categoría con tratamiento de elección múltiple de la dimensión imagen

Categoría	Subcategoría	N	%	% de casos
Expresión emocional primaria	Alegría	67	65.7	77
	Enfado	1	1	1.1
	Miedo	1	1	1.1
	Ira	3	2.9	3.4
	Sorpresa	6	5.9	6.9
	Neutra/sin expresión	3	2.9	3.4
	No identificable	15	14.7	17.2
	Combinada	6	5.9	6.9
	Total	102	100	117.2

Nota: N=número de citas; %=porcentaje.
Fuente: Los autores

Los resultados cuantitativos fueron corroborados por el análisis cualitativo de los pies de vídeo (Figura 1 y Tabla 10). En cuanto al tipo de contenido, se encontró como el perceptivo-motor, y en concreto el baile, fue el más empleado, siendo términos como "dance" (n=4), "bailar" (n=3) o "bailesdetiktok" (n=3) unos de los

[illegible]

 Movimento, v. 30, e30015, 2024. DOI: <https://doi.org/10.22456/1982-8918.137830>

Tabla 7 - Análisis de los veinte términos más citados en los pies de vídeo

Palabra	Número de citas	Porcentaje de citas
challenge	28	3.9
viral	19	2.7
fyp	17	2.4
trend	12	1.7
parati	11	1.6
😂	10	1.4
😂	9	1.3
foryou	9	1.3
funny	7	1
couple	5	0.7
coupleschallenge	5	0.7
foryoupage	5	0.7
couplegoal	4	0.6
dance	4	0.6
hacer	4	0.6
tiktok	4	0.6
😂	3	0.4
😱	3	0.4
bailar	3	0.4
bailesdetiktok	3	0.4
Total citas incluidas en el análisis	701	100

Nota: se aplicó como filtro para el conteo de palabras el sustantivo, verbo, pronombre y adjetivo. La tabla recoge los 20 términos más citados entre los 501 reportados por Atlas.ti. Se anexa el análisis completo.

Fuente: Los autores.

3.2 ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LOS #TIKTOKCHALLENGES CON CONTENIDO FÍSICO-MOTOR CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

El análisis cualitativo de los pies de vídeo mostró cómo seis de los vídeos presentaron información relativa a la construcción de género y la promoción de igualdad. Concretamente, dos de los vídeos mostraron expresiones de confrontación o desigualdad de género; mientras que cuatro de los vídeos reflejaron alguna reivindicación en relación con la igualdad de género, vinculadas dos de ellas al deporte femenino, concretamente al tenis y al fútbol (Tabla 8).

Tabla 8 - Análisis de los pies de vídeo con contenido físico-motor con perspectiva de género

Categoría	Número de citas	Cita	Enlace	Tipo de contenido físico-motor
Confrontación-desigualdad de género	2	"Ir al baño 🚽🔥 #fyp #humor #comedia #hombres #mujeres #scketch"	Vídeo 1	Perceptivo-motor (dramatización)
		"We challenge you!! No woman can do this 🤔 #fyp #foryoupage #challenge #menvswomen"	Vídeo 2	Acondicionamiento físico (flexibilidad)
Igualdad de género	4	"Genderbend 🏋️👊🔥 #fyp #viral #moana #maui tag @therock @maribelspiritualjourney"	Vídeo 3	Perceptivo-motor (dramatización)
		"Genderbend 🏋️👊🔥 #fyp #moana #viral #maui"	Vídeo 4	Perceptivo-motor (dramatización-ritmo)
		"#tenischallenge #training #tiktok #womenssports #skills #fyp"	Vídeo 5	Habilidad motriz
		"#misarodriguez #asensio #marcoasensio #realmadrid #realmadridfem #woso #football #mundial #qatar #qatar2022 #realmadridfemenino"	Vídeo 6	Perceptivo-motor (imitación)

Fuente: Vídeo 1: [@yesusramirez](#); Vídeo 2: [@lottaharala](#); Vídeo 3 y 4: [@maribelsjourney_](#); Vídeo 5: [@nataliaquitter](#); Vídeo 6: [@_futbol_femenino](#)

Profundizando en el contenido físico-motor, las pruebas de Chi-cuadrado no encontraron relaciones significativas entre el tipo de contenido físico-motor utilizado en los retos y el género del *influencer*, $\chi^2(18)=16.590$, $p=.55$, o el agrupamiento desde el punto de vista de género, $\chi^2(18)=14,873$, $p=.67$.

4 DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En relación con el primer objetivo de este trabajo, *indagar sobre las características de los #TikTokChallenges con contenido físico-motor*, los vídeos analizados manifestaron mayoritariamente contenidos perceptivo-motores, siendo la expresión corporal el contenido más habitual, predominando el lenguaje no verbal e implicando el cuerpo de forma global en movimientos abstractos. El análisis cualitativo de los pies de vídeo reforzó estos resultados y mostró cómo los conceptos "dance", "bailar" o "bailestiktok" fueron los más citados, siendo coincidente con la literatura previa que identificó esta red social con el baile y la música (González-Ramírez, 2022). Sin embargo, no fue este el único contenido físico-motor presente en los vídeos, pues se hallaron retos vinculados con el acondicionamiento físico, predominantemente de fuerza, o las habilidades motrices, siendo los lanzamientos los más frecuentes. A pesar de que no se hallaron estudios descriptivos sobre este problema de estudio y haciendo hincapié en la necesidad de profundizar, los hallazgos de esta investigación revelan cómo esta red social puede favorecer la reproducción y diseño creativo de retos con contenidos físico-motores diversos. De acuerdo con estos resultados, TikTok puede actuar como un constreñimiento o variable que impulse la práctica física y el desarrollo motor en múltiples ámbitos sociales,

como la familia (Ibanez-Ayuso; Limón; Ruiz-Alberdi, 2022) o la educación superior (Escamilla-Fajardo; Alguacil; López-Carril, 2021); Presa *et al.*, 2021), con prácticas variables y adaptativas (Haywood; Getchell, 2021). Por tanto, el uso responsable de esta red social a través del diseño y reproducción de retos puede ser una estrategia de promoción de hábitos de vida activa, especialmente en la población joven que realiza un uso más frecuente de esta red (IAB Spain, 2021), lo que incentiva el debate sobre las nuevas tecnologías y su posible contribución a una vida activa. TikTok, mediante el diseño, difusión e implementación de retos físico-motores puede suponer un punto de encuentro complementario y compatible entre el tiempo en pantallas y la actividad física, que se aleja de la tradicional vinculación entre el tiempo sedentario y los dispositivos electrónicos (Guevara; Urchaga; Sánchez-Moro, 2019). Esta idea fue reforzada por los hallazgos en varias categorías de análisis de este trabajo, como la expresión emocional, el lugar en el que se desarrollan los retos y los materiales utilizados en estos. En relación con la expresión emocional, los vídeos analizados mostraron con frecuencia emociones positivas de alegría, lo que fue corroborado por el análisis cualitativo, donde la palabra *funny* o los emojis que simbolizan la risa se encontraron entre los términos más utilizados. Estos hallazgos son coherentes con los resultados de Gil, Ruiz y Olmo (2022), quienes mostraron cómo la población joven percibió TikTok como una red social más divertida que otras, como Instagram. En relación con los lugares y materiales presentes en los vídeos analizados, el hogar fue el espacio más utilizado para el desarrollo de estos retos y en la mayoría de ellos no se utilizó material. La combinación de estos resultados advierte de la presencia de una actividad físico-deportiva o artístico-expresiva con reducidas exigencias para su reproducción (espacios accesibles y pocos requerimientos materiales) y que, de acuerdo con los resultados obtenidos, se vinculan con emociones positivas de alegría y diversión, las cuales pueden actuar como factores clave para la promoción de actividad física en esta red social. Del mismo modo, esta accesibilidad puede favorecer la ejecución de estos retos en otros ámbitos, como puede ser el campo de la Educación Física y la promoción de deberes activos, siendo estos últimos una estrategia utilizada en programas de promoción de actividad física en la población joven que buscan compensar la falta de actividad física diaria con respecto a las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (Galmés-Panadés; Vidal-Conti, 2020).

Sin embargo, la promoción de este tipo de retos en ámbitos socio-educativos debe apoyarse en una visión crítica y un conocimiento profundo de la realidad de esta red social. A pesar de que el número de estudios sobre TikTok son menos frecuentes; algunas investigaciones previas mostraron cómo las redes sociales pueden ser caldo de cultivo de violencia y/o discriminación por razón de género (Rojo-Ramos *et al.*, 2022); así como pueden transmitir estereotipos sexistas (Cuenca; Espinoza; Bonisoli, 2020). El análisis de los retos físico-motores de este trabajo mostró cómo los retos se realizaron frecuentemente en parejas, los agrupamientos fueron mayoritariamente heterogéneos o mixtos y las cuentas que reproducían los desafíos analizados en este trabajo pertenecían mayoritariamente a más de dos personas de distinto género. De acuerdo con los resultados de Delbosc y Mokhtarian (2018), estos resultados

son evidencia de que las conexiones generadas a través de estos retos en TikTok pueden impulsar ciertas interacciones sociales físicas, no virtuales, para su diseño o reproducción y grabación, lo que puede actuar en la construcción de género y la necesaria promoción de interacciones positivas de género.

En consecuencia, y continuando con el análisis del segundo objetivo de este estudio: *analizar en profundidad el contenido de estos retos con perspectiva de género*, se encontró cómo algunos de estos retos presentaron información audiovisual y verbal que contribuyó a la construcción de género, la transmisión de estereotipos e incluso albergó contenido discriminatorio. Por tanto, el contenido físico-motor de esta red social se ve cruzado por la masculinidad hegemónica y los rasgos y roles atribuidos al género en el campo de la actividad físico-deportiva y artístico-expresiva (Blández; Fernández-García; Sierra-Zamorano, 2007; Xiang *et al.*, 2017). Concretamente, dos vídeos enfrentaron las capacidades y los roles tradicionalmente asignados a la masculinidad y la feminidad, no solo a través de las imágenes, sino también usando el lenguaje verbal mediante hashtag como "#menvswomen", "#hombres" o "#mujeres". El primero de ellos a través de una parodia en la que se mostraron atributos de potencia, fuerza y control cuando los chicos van al baño, frente a la sumisión y delicadeza de las chicas en la misma situación. El segundo mostró cómo un hombre tenía una mayor habilidad para lograr realizar un movimiento con una demanda alta de flexibilidad frente a una mujer que no pudo realizar este gesto. En este sentido, es relevante que sea el hombre el que se muestre como máximo exponente de la flexibilidad, ya que esta capacidad y la gimnasia fueron tradicionalmente asociada a los estereotipos que coinciden con el ideal tradicional de feminidad en el ámbito físico-deportivo (Chalabaev *et al.*, 2013). Frente a este tipo de contenido, se identificaron cuatro vídeos que rompieron con dichos estereotipos y actuaron como precursores de la igualdad de género. En dos de los vídeos la imagen corporal fue el elemento transgresor. En ellos se observó la imitación de un personaje masculino de una película (Moana) por parte de una mujer, apoyado en elementos gráficos (como el símbolo feminista del brazo flexionado contrayendo el bíceps) y verbales, usando el hashtag "#genderbend" (que podría ser traducido como "#inclinacióndegénero"). Las imágenes mostraron una mujer haciendo gala de fuerza, potencia y dominio de la situación. Los otros dos vídeos reivindicaron la igualdad de género en el fútbol, deporte que mayoritariamente fue asociado al género masculino (Chalabaev *et al.*, 2013). En uno de ellos se apreció a una mujer ejecutando una habilidad de coordinación óculo-pédica con móviles del tenis, mientras que en el otro se utilizó la imitación de celebraciones en el fútbol femenino y masculino como elemento crítico para reivindicar la igualdad de las y los futbolistas profesionales. En estos dos vídeos vinculados al fútbol, los *hashtags* "#realmadridfemenino" o "#womenssports" aparecieron como conceptos descriptivos de los vídeos y son muestra del carácter evolutivo y cambiante de los estereotipos de género y su vinculación con ciertas actividades deportivas y capacidades físicas asociadas a uno u otro género (Xiang *et al.*, 2017).

Estos resultados son congruentes con los trabajos de Kennedy (2020), Gil, Ruiz y Olmo (2022) o González-Ramírez (2022) y reforzaron la idea de que TikTok

puede actuar como recipiente constructor de género. Es relevante que en el caso de la selección de retos con contenido físico-motor analizados en este estudio, fueron más frecuentes los mensajes feministas. De acuerdo con González-Ramírez (2022), se corroboró cómo los *hashtags* son parte de un nuevo lenguaje feminista utilizado en TikTok. Sin embargo, los resultados contrastan con lo expresado por Kennedy (2020) o González-Ramírez (2022), en cuyos trabajos se destacó la transmisión de una imagen racializada, sexualizada y estereotipada de la mujer. La atención directa de estos investigadores a *influencers* y *#dancechallenges*, o desafíos de baile, contenido tradicionalmente asociado a la feminidad (Chalabaev *et al.*, 2013), pueden ser causa de las diferencias con este estudio, que analizó una muestra de contenidos más diversa.

De acuerdo con los resultados de este trabajo y la literatura previa, se convierte en fundamental atender al contenido de esta red social cada vez más utilizada por niñas, niños y adolescentes desde un punto de vista crítico con la finalidad de impulsar un uso responsable de la misma (Presa *et al.*, 2021) y promover una actividad físico-deportiva en igualdad de oportunidades de género. De hecho, las intervenciones previas obtuvieron resultados positivos tras utilizar TikTok con una orientación artística-expresiva (Escamilla-Fajardo; Alguacil; López-Carril, 2021) y los grandes *influencers* (referentes para gran parte de la población joven) tienden a reproducir algunos retos de baile en esta red social (González-Ramírez, 2022). En consecuencia, TikTok y sus *challenges* físico-motrices pueden ser un elemento de apoyo para la formación y sensibilización de la población joven. No obstante, un uso responsable de esta red a través de la actividad físico-deportiva debe atender tanto al contenido audiovisual como a los *hashtags* y la información escrita en los pies de vídeo para impulsar la igualdad de género. Por tanto, futuras líneas de investigación deben ahondar en el análisis el contenido audiovisual, atendiendo a la imagen corporal e incluso la música desde una perspectiva de género, pues tanto los resultados de este estudio como los de otros trabajos previos (González-Ramírez, 2022; Kennedy, 2020) son evidencia de la transmisión de estereotipos de género y situaciones discriminatorias en esta red social. Del mismo modo, es una prospectiva de este trabajo y a la vez una limitación de este estudio, la muestra audiovisual analizada, siendo necesarias futuras investigaciones que amplíen el número de vídeos codificados y profundicen en un contenido amplio, dinámico y cambiante como son los retos desarrollados, difundidos y consumidos en TikTok.

REFERENCIAS

- BLÁNDEZ, Julia. **La utilización del material y el espacio en Educación Física**. 3. ed. Barcelona: INDE, 1995.
- BLÁNDEZ, Julia; FERNÁNDEZ-GARCÍA, Emilia; SIERRA-ZAMORANO, Miguel Ángel. Estereotipos de género, actividad física y escuela: la perspectiva del alumnado. **Profesorado, Revista de Currículum y Formación del Profesorado**, v. 11, n. 2, p. 1-22, 2007. Disponible en: <https://www.ugr.es/~recfpro/rev112ART5.pdf>. Acceso en: 10 sep. 2023.

- BUSTAMANTE, Fabiola; FERRER, Raisa. Vestir desde la disidencia: resistencia y visibilidad desde la experiencia de tres activistas peruanxs. **Conexión**, n. 12, p. 91-112, oct. 2019. DOI: <https://doi.org/10.18800/conexion.201902.006>
- CHALABAEV, Aina; SARRAZIN, Philippe; FONTAYNE, Paul; BOICHE, Julie; CLEMENT-GUILLOTIN, Corentin. The influence of sex stereotypes and gender roles on participation and performance in sport and exercise: Review and future directions. **Psychology of Sport and Exercise**, v. 14, n. 2, p. 136–144, mar. 2013. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2012.10.005>
- CHALLCO-HUAYTALLA, Katherine; RODRÍGUEZ VEGA, Sheila; JAIMES-SONCCO, Jania. Riesgo de adicción a redes sociales, autoestima y autocontrol en estudiantes de secundaria. **Revista Científica de Ciencias de la salud**, v. 9, n. 1, p. 9-15, ago. 2016. DOI: <https://doi.org/10.17162/rccs.v9i1.542>
- CREMADES, Roberto (coord.) **Presencia y significados de la música en la adolescencia**: implicaciones educativas. Barcelona: GRAO, 2022.
- CUENCA, Stephany. M; ESPINOZA, Jeanneth. E; BONISOLI, Lorenzo. Engagement en Instagram, ¿un asunto de género? **Revista Espacios**, v. 41, n. 17, p. 18, may. 2020. Disponible en: <https://www.revistaespacios.com/a20v41n17/a20v41n17p18.pdf>. Acceso en: 10 oct. 2023.
- DEL VALLE, Sagrario (coord.). **Modelo perceptivo motriz a lo largo de todo el ciclo vital**. Barcelona: Onporsport, 2014.
- DELBOSC, Alexa; MOKHTARIAN, Patricia. Face to Facebook: The relationship between social media and social travel. **Transport Policy**, v. 68, p. 20–27, sep. 2018. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2018.04.005>
- ESCAMILLA-FAJARDO, Paloma; ALGUACIL, Mario; LÓPEZ-CARRIL, Samuel. Incorporating TikTok in higher education: pedagogical perspectives from a corporal expression sport sciences course. **Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education**, v. 28, 100302, jun. 2021. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2021.100302>
- GALMÉS-PANADÉS, Aina Maria; VIDAL-CONTI, Josep. Cómo fomentar la práctica de ejercicio físico a través de los deberes activos en estudiantes universitarios (How to promote exercise among university students through active homework). **Retos**, v. 37, p. 518–526, 2020. DOI: <https://doi.org/10.47197/retos.v37i37.72110>
- GIL, Marta; RUIZ, Carmen; OLMO, José Luis. Instagram y TikTok: el rol de la mujer en las redes sociales. **Visual Review**, v. 9, n. 3, p. 2-11, oct. 2022. DOI: <https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3525>
- GONZÁLEZ-RAMÍREZ, Marissa. Análisis de los dances challenges en TikTok mediante la Metodología Visual Crítica. **Virtualis**, v. 13, n. 24, p. 108-136, jun. 2022. DOI: <https://doi.org/10.46530/virtualis.v13i24.399>
- GUEVARA, Raquel; URCHAGA, José; SÁNCHEZ-MORO, Esther. Horas de pantalla y actividad física de los estudiantes de educación secundaria. **European Journal of Health Research**, v. 5, n. 2, p. 133–143, nov. 2019. DOI: <https://doi.org/10.30552/ejhr.v5i2.184>
- HAYWOOD, Kathleen; GETCHELL, Nancy. **Life span motor development**. 7. ed. Champaign, Illinois: Human Kinetics, 2021.
- HUAMÁN, Karla Grecia; RAMÍREZ, Frecuencia Guadalupe. **El "TikTok" como estrategia de comunicación didáctica universitaria**. 2022. Tesis (Doctoral en Ciencias de la Comunicación) - Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Cerro de Pasco, Perú, 2022. Disponible en: http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/2404/1/T026_73383937_T.pdf. Acceso en: 12 oct. 2023.

IAB Spain (2021). **Estudio de redes sociales 2021**. Disponible en: <https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2021/>. Acceso en: 1 sep. 2023.

IBANEZ-AYUSO, María José; LIMÓN, María del Rosario; RUIZ-ALBERDI, Cristina María. Retos virales: Análisis del impacto de TikTok para los vínculos familiares. **Revista de Ciencias Sociales**, v. 28, n. 3, p. 42-54, jul. 2022. DOI: <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i3.38449>

KENNEDY, Melanie. 'If the rise of the TikTok dance and e-girl aesthetic has taught us anything, it's that teenage girls rule the internet right now': TikTok celebrity, girls and the Coronavirus crisis. **European Journal of Cultural Studies**, v. 23, n. 6, p. 1069-1076, jul. 2020. DOI: <https://doi.org/10.1177/1367549420945341>

LEARRETA, Begoña; RUANO, Kiki; SIERRA, Miguel Ángel. **Didáctica de la expresión corporal**. Barcelona: INDE, 2006.

MÉNDEZ-GIMÉNEZ, Antonio. La enseñanza de actividades físico-deportivas con materiales innovadores: Posibilidades y Perspectivas de futuro. En: CONGRESO NACIONAL, 5; CONGRESO IBEROAMERICANO DEL DEPORTE EN EDAD ESCOLAR: "NUEVAS TENDENCIAS Y PERSPECTIVAS DE FUTURO", 3, Dos Hermanas, 2008. [Actas...]. Dos hermanas, Sevilla: Excmo. Ayuntamiento de Dos Hermanas, 2008, p. 83-108. Disponible en: https://www.munideporte.com/imagenes/documentacion/ficheros/20081224125537deporte_escolar.pdf. Acceso en: 23 abr. 2024.

OLIVARES-GARCÍA, Francisco José; MÉNDEZ-MAJUELOS, Inés. Análisis de las principales tendencias aparecidas en TikTok durante el periodo de cuarentena por la COVID-19. **Revista Española de Comunicación en Salud**, n. 1, p. 243-252, jul. 2020. DOI: <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5422>

PRESA, Leticia; ALFONSO, Domingo; COSTAFREDA, Jorge; GARCÍA-LASO, Ana. Adaptación de las titulaciones universitarias a los nuevos entornos sociales. En: VI CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE APRENDIZAJE, INNOVACIÓN Y COOPERACIÓN, 6, Zaragoza. [Actas...]. Zaragoza: Universidad de Zaragoza, 2021, p. 595-599. DOI: <https://doi.org/10.26754/CINAIC.2021.0113>

ROJO-RAMOS, Jorge; FERRERA-GRANADOS, Carlos; MAÑANAS-IGLESIAS, Carlos; GUEVARA-PÉREZ, Juan Carlos. Estudio descriptivo de Ciber victimización en una muestra de estudiantes de Educación Secundaria Obligatoria. **Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado**, v. 25, n. 1, p. 117-130, enero 2022. DOI: <https://doi.org/10.6018/reifop.508151>

ROSE, Gillian. **Visual methodologies: an introduction to researching with visual materials**. 4. ed. Nueva York: SAGE, 2016.

XIANG, Ping; MCBRIDE, Ron. E; LIN, Shuqiong; GAO, Zan; FRANCIS, Xueying. Students' gender stereotypes about running in schools. **The Journal of Experimental Education**, v. 86, n. 2, p. 233-246, Feb. 2017. DOI: <https://doi.org/10.1080/00220973.2016.1277335>

YU, Tai.-Kuei; LEE, Neng.-Huei; CHAO, Cheng.-Min. The moderating effects of young adults' personality traits on social media immersion. **Frontiers in Psychology**, v. 11, 554106, nov. 2020. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.554106>

Resumo: O objetivo desta investigação foi analisar o *#TikTokChallenges* com conteúdo físico-motor numa perspetiva de género. Foi utilizada uma metodologia observacional e qualitativa numa amostra intencional e previamente selecionada de 87 vídeos com conteúdo físico-motor. As categorias da análise observacional foram baseadas na literatura prévia e a codificação foi realizada por dois analistas. Os dados codificados foram processados no SPSS. As legendas dos vídeos foram analisadas qualitativamente com o Atlas.ti por contagem de palavras e análise indutiva. Os resultados mostraram que a maioria dos vídeos analisados apresentava competências perceptivo-motoras, sendo a linguagem corporal e a dança os conteúdos mais frequentes. Seis vídeos apresentaram conteúdos com ideologia de género. Discute-se a necessidade de aprofundar o conhecimento desta rede social que pode atuar na promoção da atividade física e na construção do género na população jovem.

Palavras-chave: Redes sociais. Atividades físicas. Educação física e treinamento. Equidade de género.

Abstract: The aim of this research was to analyse *#TikTokChallenges* with physical-motor content from a gender perspective. An observational and qualitative methodology was used on a purposive and pre-selected sample of 87 videos with physical-motor content. The categories of the observational analysis were based on previous literature and the coding was carried out by two analysts. The coding data was processed in SPSS. The video captions were analysed qualitatively using Atlas.ti by word count and inductive analysis. The results showed that most of the videos analysed presented perceptual-motor skills, with body language and dance being the most common content. Six videos presented gender ideological content. The need to deepen the knowledge of this social network, which can act in the promotion of physical activity and the construction of gender in the young population is discussed.

Keywords: Networking social. Physical activities. Physical education and training. Gender equity.

LICENCIA DE USO

Este es un artículo publicado en *Open Access* bajo la licencia *Creative Commons Attribution 4.0 International* (CC BY 4.0), que permite su uso, distribución y reproducción en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original. Más información en: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

CONFLICTO DE INTERESES

Los autores declaran que no existe ningún conflicto de intereses en este trabajo.

CONTRIBUCIONES DE LOS AUTORES

Jorge Agustín Zapatero Ayuso: Análisis formal; Administración de proyecto; Escritura - Borrador original.

Elena Ramírez Rico: Conceptualización; Investigación; Escritura - Revisión y edición.

Elisa García Obrero: Análisis formal; Investigación; Escritura - Revisión y edición.

Miguel Villa de Gregorio: Investigación; Escritura - Revisión y edición

FINANCIACIÓN

Este trabajo se realizó con el apoyo del Vicerrectorado de Calidad de la Universidad Complutense de Madrid en la convocatoria de Proyectos Innova-Docencia del curso 2022/2023. Proyecto Innova-Docencia nº 368.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos la labor del Profesor Roberto Cremades Andreu como experto asesor en la codificación de los estilos musicales de los vídeos.

CÓMO CITAR

ZAPATERO AYUSO, Jorge Agustín; RAMÍREZ RICO, Elena; GARCÍA OBRERO, Elisa; VILLA DE GREGORIO, Miguel. Análisis de #tiktokchallenges con contenido físico-motor: aproximaciones desde la perspectiva de género. **Movimento**, v. 30, p. e30015, ene./dic. 2024. DOI: <https://doi.org/10.22456/1982-8918.137830>

RESPONSABILIDAD EDITORIAL

Alex Branco Fraga*, Elisandro Schultz Wittizorecki*, Mauro Myskiw*, Mônica Fagundes Dantas*, Raquel da Silveira*

*Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Escola de Educação Física, Fisioterapia e Dança, Porto Alegre, RS, Brasil.