

ABSTRACT

Title of Thesis:

CONSTRUCCIÓN DE IDEOLOGÍAS
LINGÜÍSTICAS SOBRE BILINGÜISMO EN
REDES SOCIALES: UN ANÁLISIS
MULTIMODAL DE VIDEOS DE TIKTOK

Ana Lucía Cuevas Albarrán, Master of Arts,
2025

Thesis Directed By:

Dr. Elisa Gironzetti, Department of Spanish and
Portuguese

En esta tesina se documentan los tipos de ideologías lingüísticas sobre el bilingüismo inglés-español que sostienen adolescentes y jóvenes de México y los Estados Unidos, así como los recursos multimodales empleados para comunicarlas. Las ideologías lingüísticas no se limitan a las valoraciones que hace una comunidad acerca de un individuo y su forma de hablar, sino que establecen una jerarquía entre las variedades lingüísticas presentes en el entorno de un individuo o comunidad, determinando sus posibilidades de aprendizaje y uso. Sin embargo, no necesariamente son reconocidas de manera explícita por quienes las sostienen, puesto que pueden subyacer en representaciones visuales, en el comportamiento de los individuos o en las estructuras de determinadas instituciones sociales (Woolard, 2022; Kroskrity, 2003; Irvine, 1989; Woolard y Schieffelin, 1994).

Además, la naturaleza multimodal de TikTok que combina el habla, la música, los efectos visuales, etc. permite que estas ideologías se comuniquen de manera no verbal. Para esta tesina

se analizaron las ideologías lingüísticas y los recursos multimodales de un total de 45 videos de TikTok publicados por tres influencers: una estadounidense, una mexicana y una mexicano-americana. La mayor parte de los videos dependía del modo verbal para comunicar sus ideologías lingüísticas; no obstante, aquellas comunicadas de manera no verbal corresponden a juicios negativos, centran el discurso ideológico en el hablante o presentan ideologías que van en contra de las ideologías lingüísticas dominantes de un contexto.

Por otra parte, los contextos sociolingüísticos *offline* de las influencers influyen en las formas en que se articulan y reproducen las ideologías lingüísticas en línea. Estos dos factores llaman la atención sobre la necesidad de incorporar la perspectiva multimodal en el diseño de actividades que requieran interactuar con textos transnacionales en contextos pedagógicos.

This dissertation documents the types of linguistic ideologies about English-Spanish bilingualism held by adolescents and young adults in Mexico and the United States, as well as the multimodal resources used to communicate them. Language ideologies are not limited to the evaluations that a community makes about an individual and his or her way of speaking; they establish a hierarchy among the linguistic varieties present in an individual's or community's environment, determining the possibilities for learning and using each variety. However, they are not necessarily explicitly recognized by those who hold them, since they may underlie visual representations, the behavior of individuals or the structures of certain social institutions (Woolard, 2022; Kroskrity, 2003; Irvine, 1989; Woolard and Schieffelin, 1994).

In addition, the multimodal nature of TikTok that combines speech, music, visuals, etc. allows these ideologies to be communicated nonverbally. For this dissertation, the language ideologies and multimodal resources in a total of 45 TikTok videos posted by three influencers were

analyzed: one American, one Mexican, and one Mexican-American. Most of the videos relied on the verbal mode to communicate language ideologies; however, those communicated nonverbally correspond to negative judgments, focus the ideological discourse on the speaker, or present ideologies different to the ones that dominate the social context.

On the other hand, the offline sociolinguistic contexts of the influencers impact the ways in which language ideologies are articulated and reproduced online. These two factors call attention to the need to incorporate the multimodal perspective in the design of activities that require interacting with transnational texts in pedagogical contexts.

CONSTRUCCIÓN DE IDEOLOGÍAS LINGÜÍSTICAS SOBRE BILINGÜISMO
EN REDES SOCIALES: UN ANÁLISIS MULTIMODAL DE VIDEOS DE
TIKTOK

by

Ana Lucía Cuevas Albarrán

Thesis submitted to the Faculty of the Graduate School of the
University of Maryland, College Park, in partial fulfillment
of the requirements for the degree of
Master of Arts
2025

Advisory Committee:

Professor Dr. Elisa Gironzetti, Chair

Professor Dr. Manel Lacorte

Professor Dr. Ana Patricia Rodríguez

© Copyright by
Ana Lucia Cuevas Albarran
2025

Agradecimientos

A mis estudiantes, gracias por permitirme aprender de sus intereses, preocupaciones y necesidades. Fue precisamente a partir de ese aprendizaje que surgió la motivación por llevar a cabo esta investigación.

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a la Dra. Elisa Gironzetti por su constante apoyo, orientación y valiosa retroalimentación a lo largo de todas las etapas de este proyecto. Su compromiso y acompañamiento fueron fundamentales para el desarrollo de esta investigación. También agradezco al resto de los miembros de mi comité, el Dr. Manel Lacorte y la Dra. Ana Patricia Rodríguez, por sus comentarios críticos y constructivos sobre mi trabajo, así como por las discusiones en clase que influyeron de manera significativa en la concepción y planteamiento del proyecto.

Extiendo mi gratitud a todos los profesores que me acompañaron durante la maestría, cuyas enseñanzas fueron clave en la construcción de este proyecto.

Finalmente, agradezco a mi familia y amigos, tanto en México como en Estados Unidos por ser mi red de apoyo y acompañarme en esta travesía desde distintos lugares.

Índice

Agradecimientos	ii
Índice.....	iii
Índice de Tablas	iv
Índice de Figuras.....	v
Capítulo 1: Las ideologías lingüísticas y su estudio	1
Introducción	1
Definiciones neutras y críticas de ideologías lingüísticas.....	3
Las ideologías lingüísticas y el discurso metalingüístico	5
Metodologías de investigación	7
Nivel macro para la conceptualización de ideologías lingüísticas.....	7
Nivel micro para la identificación localizada de ideologías lingüísticas	13
Ideologías en contextos de multilingüismo.....	15
Ideologías monoglósicas	16
Ideologías de lengua estándar	19
Ideologías del plurilingüismo	23
Capítulo 2: Estudios multimodales de la comunicación en las redes sociales.....	27
La comunicación digital en redes sociales.....	27
Los estudios multimodales de la comunicación.....	31
El análisis multimodal desde la semiótica social.....	32
El discurso en redes sociales desde una perspectiva multimodal	34
Ideologías y bilingüismo en redes sociales	37
Identidad y enregisterment.....	37
Ideologías lingüísticas en redes sociales.....	39
Capítulo 3: Las ideologías sobre bilingüismo en TikTok.....	46
Participantes.....	47
Materiales y procedimientos	50
Capítulo 4: Resultados	59
Ideologías lingüísticas de las jóvenes en TikTok	59
Targets de juicios negativos.....	61
Targets en juicios positivos.....	69
Recursos multimodales para la construcción de ideologías lingüísticas	72
Audio.....	78
Gestos.....	80
Capítulo 5: Discusión y conclusiones	82
Discusión.....	82
Ideologías de lengua estándar en TikTok	85
Ideologías monoglósicas en TikTok	86
Ideologías del plurilingüismo en TikTok.....	89
Conclusiones	90
Apéndices.....	93
Referencias.....	97

Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Conceptos clave para el análisis de ideologías lingüísticas</i>	16
Tabla 2. <i>Creadoras de contenido del corpus</i>	55
Tabla 3. <i>Códigos de los metadatos recopilados</i>	58
Tabla 4. <i>Estadísticas de interacción con el corpus</i>	59
Tabla 5. <i>Etiquetado de ideologías lingüísticas</i>	63
Tabla 6. <i>Etiquetado de recursos multimodales en TikTok (adaptada de Willoughby, 2025).</i>	64
Tabla 7. <i>Instancias (tokens) y tipos (types) de ideologías lingüísticas</i>	66
Tabla 8. <i>Hablantes y características de juicios negativos no auténticos</i>	74
Tabla 9. <i>Tiempo de movilización de recursos semióticos por ideología (en segundos)</i>	84

Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Ejemplo de juicio de valor manifestado con expresiones faciales	59
<i>Figura 2.</i> Hablantes del español mexicano y la sobrecorrección (AS_7.3)	70
<i>Figura 3.</i> Juicio no verbal (CM_9)	74
<i>Figura 4.</i> Proporción de modos movilizados por ideología	79
<i>Figura 5.</i> Resemiotización de voz en off de Dengra (2020)	86
<i>Figura 6.</i> Ideología transmitida a través del modo auditivo y corporal (CM_2)	88

Capítulo 1: Las ideologías lingüísticas y su estudio

Introducción

Las redes sociales son un espacio en el que los adultos jóvenes y adolescentes pasan numerosas horas todos los días, pero, a pesar de ello, no existe mucha investigación que aborde la construcción y transmisión de ideologías lingüísticas sobre el bilingüismo en este contexto. El formato público de algunas redes sociales como Youtube, TikTok o Twitter, en el que un usuario publica un video o tweet con el que otros usuarios se involucran y responden en los comentarios o creando contenido relacionado, permite intercambiar ideas e interactuar con comunidades no locales que comparten las lenguas en las que nos comunicamos, pero no necesariamente las ideologías sobre esas mismas lenguas. Este formato, además, facilita el uso de estrategias de comunicación multimodales que no se replican de la misma manera en la comunicación cara a cara y que combinan el habla, la música, efectos visuales, videos, imágenes, etc.

En esta tesina, el foco de interés son las ideologías sobre el bilingüismo inglés-español en Estados Unidos y en México, países con una presencia importante de hablantes de herencia de español como resultado de la migración y la migración de retorno. El estudio de las ideologías lingüísticas asociadas al bilingüismo que se transmiten en las redes sociales, así como los recursos empleados para comunicarlas, es importante no solo para comprender cómo se comunican y qué piensan los jóvenes, sino también para informar futuras acciones en el campo de políticas y planeación lingüística y la enseñanza de literacidades multilingües y multimodales.

Conocer las coincidencias y las diferencias entre las ideologías lingüísticas que se transmiten en las redes sociales en estos dos países puede informar el desarrollo de iniciativas de planeación lingüística que protejan a los hablantes de herencia de ideologías lingüísticas

discriminatorias en contextos locales, transnacionales y en línea. De manera similar, conocer los diferentes recursos empleados por los usuarios de ambos países para comunicar sus ideologías sobre el bilingüismo es útil para informar "an alternative way to teach literacy that encompasses the linguistic and other semiotic resources that not only are relevant to transnational populations, but are already engrained in the everyday communication of the more globalized, multilingual, multimodal society our youth now already experience on a daily basis" (Christiansen, 2017; p. 160)

El campo de estudio sobre las ideologías lingüísticas emerge como un área dentro de la antropología lingüística por medio del trabajo de Silverstein (1979), que relaciona el uso de distintas estructuras lingüísticas con las creencias de los hablantes sobre la lengua. Sin embargo, no se popularizó hasta la década de los noventa, gracias al trabajo de Woolard, Schieffelin, Kroskrity e Irvine, que emplearon el término *language ideologies* (*ideologías de la lengua*) para referirse a las ideologías *sobre* la lengua, no necesariamente ideologías codificadas *en* la lengua o *a través* de ella, con el fin de identificar y analizar lo que las personas creen acerca de la lengua en determinado contexto (Woolard, 2020). Actualmente los dos términos se emplean de manera intercambiable; sin embargo, en las primeras publicaciones del campo el término *ideología lingüística* indicaba un énfasis en las estructuras lingüísticas mientras que *ideologías de la lengua* aparecía en trabajos con énfasis en las estructuras sociales y su relación con la lengua. En esta tesina se utiliza solamente el término *ideología lingüística* dado que es el término que se emplea en español a partir del análisis simbólico del español de Del Valle (2007).

A lo largo de este capítulo se abordan las principales metodologías y herramientas empleadas para el análisis de las ideologías lingüísticas, haciendo hincapié en algunas de las ideologías lingüísticas que inciden en diversos aspectos relacionados con el bilingüismo en

México y Estados Unidos como la enseñanza y el aprendizaje de lenguas, el contacto lingüístico, el uso de lenguas minoritarias y las prácticas lingüísticas híbridas.

Definiciones neutras y críticas de ideologías lingüísticas

En uno de los primeros trabajos que buscaron delimitar el campo de estudio de las ideologías lingüísticas, Scheffelin y Woolard (1994) analizaron las investigaciones previas sobre ideología cultural y política que incorporaban la lengua como un componente relevante para diseminar dichas ideologías. La mayor parte de los trabajos publicados hasta entonces empleaban alguna variación del término (*language ideology*, *linguistic ideology*, *ideology in language*, *ideology and language* o *ideology of language*) e incluían componentes distintos debido a que, al surgir de diferentes disciplinas, las investigaciones enfatizaban diferentes aspectos de la relación entre lengua y sociedad. Sin embargo, a pesar de estas diferencias terminológicas, cabe destacar que ya existía un consenso entre los investigadores de antropología lingüística, sociolingüística y psicología social sobre la importancia de estudiar las creencias de una comunidad sobre la lengua.

Uno de los resultados destacados del trabajo de Woolard y Schieffelin (1994) fue la identificación de dos corrientes de estudio de las ideologías lingüísticas relacionadas con la perspectiva que adoptaba cada investigador respecto al origen social de estas ideologías en la definición del término. Estas corrientes no se corresponden con una diferenciación entre los términos *ideologías lingüísticas* o *ideologías de la lengua*, puesto que ambos términos se emplean en ambas corrientes.

La primera corriente se asocia con las definiciones neutras de las ideologías lingüísticas, es decir, aquellas que no señalan un origen social en particular de las ideologías lingüísticas ni las funciones o características formales del concepto. Por ejemplo, la definición de Rumsey

"shared bodies of commonsense notions about the nature of language in the world" (1990; p. 346), no menciona de dónde surgen las ideologías lingüísticas ni cómo impactan las estructuras sociales. La mayoría de los trabajos analizados por Woolard y Schieffelin (1994) que emplean definiciones de este tipo no se ocupan de señalar los intereses, intenciones ni consecuencias detrás de las ideologías lingüísticas, sino que se limitan a presentar creencias sobre la lengua sin aclarar sus orígenes, los aspectos de la lengua que se ven afectados o las repercusiones de estas creencias en la lengua u otras esferas de la vida social.

La segunda corriente es aquella en la que autores como Silverstein (1979), Irvine (1989), Woolard y Schieffelin (1994) y Kroskrity (2003) proponen definiciones críticas de ideologías lingüísticas. Estas definiciones incorporan un elemento sociocognitivo ya que sostienen que las ideologías lingüísticas pertenecen a la dimensión metalingüística de la lengua y establecen vínculos entre la sociedad y la lengua que pueden distorsionarse para legitimar relaciones desiguales de poder o la dominación social. Por ejemplo, de acuerdo con Irvine (1989), el concepto de ideologías lingüísticas alude a un "sistema cultural de ideas cargadas de intereses políticos y morales, acerca de relaciones sociales y lingüísticas" (Irvine, 1989 p. 255; traducción de Swiggers, 2018 p. 75). Para Woolard (2020), las ideologías lingüísticas son representaciones implícitas o explícitas que permiten establecer vínculos entre la lengua y otros fenómenos sociales como la concepción de la identidad, la moral, la inteligencia, la autenticidad, etc. Por su parte, Kroskrity (2003) emplea cuatro propiedades para caracterizar el concepto de las ideologías lingüísticas: (1) son múltiples y (2) delimitadas a cada espacio en específico, (3) median entre las estructuras sociales y las formas de hablar para así (4) representar la percepción de la lengua que conviene a algún grupo sociocultural en específico. Todas estas definiciones críticas, al mencionar intereses políticos, socioculturales o fenómenos sociales, resaltan la legitimación de

las relaciones de poder como el principal origen social y la principal función de las ideologías lingüísticas.

En la mayoría de las investigaciones recientes sobre políticas lingüísticas o la relación entre lengua y clase social o raza, se utiliza una definición crítica de ideologías lingüísticas para resaltar su capacidad de justificar y legitimar la relación entre la lengua y los intereses de dominio social de algún grupo en específico. En esta tesina se utiliza la definición de Irvine (1989), mencionada anteriormente, puesto que permite plantear el análisis de las ideologías lingüísticas desde una perspectiva contextual, vinculando la lengua y a sociedad por medio de aspectos culturales, políticos y morales.

Las ideologías lingüísticas y el discurso metalingüístico

La relación entre las ideologías lingüísticas, el habla y la conciencia metalingüística de un hablante ha sido otro punto de controversia, pero clave para identificar e interpretar las ideologías de la lengua y ha marcado dos diferentes líneas de pensamiento.

Las conceptualizaciones denominadas neutras por Schieffelin y Woolard (1994), como la de Rumsey (1990), consideran que una ideología es parte del sentido común de un hablante, implicando que para considerar que una noción sobre la lengua es una ideología, los hablantes deben de ser capaces de expresar una creencia relacionada con la lengua explícitamente. Silverstein (1979) expresó una posición similar al afirmar que las ideologías, para ser tales, deben poder reconocerse en la reflexión de un hablante sobre las estructuras lingüísticas, esto es, deben formar parte del discurso metalingüístico de ese hablante. Por ejemplo, la decisión de hablar una lengua u otra o el uso de prácticas lingüísticas híbridas (es decir, que incorporen el inglés y el español en un mismo discurso) dependen, con frecuencia, de las interpretaciones de un hablante sobre el prestigio que tienen sus recursos lingüísticos en un determinado contexto.

De acuerdo con Silverstein (1979), las ideologías lingüísticas pueden identificarse cuando, al reflexionar sobre su discurso, un hablante relaciona la selección de sus prácticas lingüísticas con sus creencias sobre las relaciones entre la lengua y la sociedad (Woolard, 2022). Esta noción de las ideologías lingüísticas como una parte del discurso metalingüístico permite establecer relaciones causales entre una ideología y cambios en la forma en la que se usa la lengua.

Por otra parte, varios autores coinciden en que las ideologías lingüísticas no necesariamente deben ser reconocidas de manera explícita por quienes las sostienen puesto que pueden subyacer a representaciones visuales, el comportamiento de los individuos o las estructuras de determinadas instituciones sociales (Woolard, 2022; Kroskrity, 2003; Irvine, 1989, Woolard y Schieffelin, 1994). Kroskrity (2003) incluso argumenta que existe una relación entre la consciencia que tiene un hablante sobre las características lingüísticas que emplea en su discurso y su capacidad de desmentir una ideología lingüística dominante: quienes tienen una mayor consciencia metalingüística son capaces de señalar las asociaciones subyacentes a las ideologías lingüísticas de su entorno y rebatir el discurso ideológico. En contraste, quienes no poseen esa consciencia metalingüística suelen tener más dificultad para señalar las ideologías lingüísticas dominantes de su contexto y resistir a ellas.

A pesar de que aún no existe un consenso sobre hasta qué punto un hablante debe reconocer explícitamente sus creencias sobre la lengua para que estas se consideren ideologías lingüísticas, hoy en día los distintos grados de consciencia metalingüística se estudian como parte del campo de las ideologías lingüísticas (Woolard, 2020). Woolard y Schieffelin (1994) sugirieron que a través de investigaciones sincrónicas y localizadas sería posible conocer los efectos y las manifestaciones de una ideología lingüística en un contexto específico, señalando

sus repercusiones sociales y, en particular, la consciencia (o falta de ella) de un hablante hacia sus propias ideologías lingüísticas.

Metodologías de investigación

La investigación de las ideologías lingüísticas ha sido abordada desde diversas disciplinas como la sociolingüística, la psicología social o la política y planeación lingüística. Ajsic y McGroarty (2015) distinguen entre los trabajos que plantean preguntas de investigación a nivel macro, para la conceptualización de las ideologías lingüísticas, y nivel micro, para la identificación de ideologías lingüísticas en un contexto concreto. Esta distinción se relaciona con la disciplina de donde surge el estudio y repercute en las metodologías seleccionadas. Así, las investigaciones de nivel macro se centran en la estructura o componentes de las ideologías lingüísticas, sus consecuencias y su relación con el proyecto de identidad nacional. En cambio, las investigaciones de nivel micro son localizadas, sincrónicas y se centran en contextos institucionales, pues su objetivo es identificar las ideologías lingüísticas presentes dentro de una comunidad en un determinado momento. En las siguientes secciones, se presentan las principales metodologías de investigación que caracterizan cada tipo de estudios, entrando en mayor detalle sobre las investigaciones de nivel micro dado que el presente estudio plantea preguntas de investigación localizadas en un contexto específico.

Nivel macro para la conceptualización de ideologías lingüísticas

Las investigaciones de nivel macro, cuyo enfoque es la conceptualización de las ideologías lingüísticas, surgen principalmente del campo de la antropología lingüística y la sociolingüística y, consecuentemente, se apoyan en análisis etnográficos e historiográficos. Estos trabajos suelen centrarse en aspectos relacionados con la lengua dentro de investigaciones etnográficas o

históricas con objetivos más amplios. En el ámbito etnográfico, a partir de cuestionarios abiertos, notas y observaciones de campo, se realiza un análisis semiótico de algún aspecto relacionado con la lengua con el objetivo de generalizar sobre los orígenes, efectos o componentes de las ideologías lingüísticas. Por ejemplo, estas investigaciones se centran en documentar observaciones sobre el registro lingüístico y el contenido de un cumplido y su relación simbólica con el estatus socioeconómico del hablante en una comunidad para así señalar que existen relaciones similares en otras comunidades (Irvine, 1989), o analizan la diferenciación de lenguas en la investigación lingüística en documentos emitidos durante la colonización para resaltar los procesos ideológicos mediante los cuales se justifican tales diferencias (Irvine y Gal, 2000). Por otra parte, los estudios de corte historiográfico se basan en la recopilación de documentos sobre distintos temas como, por ejemplo, las políticas lingüísticas, y realizan un análisis semiótico de los textos para identificar las formas en las que se comunican las ideologías lingüísticas.

Las investigaciones de nivel macro fueron especialmente populares durante las últimas dos décadas del siglo XX, cuando se popularizó el estudio de las ideologías lingüísticas. Sin embargo, actualmente son pocos los estudios de este tipo, que buscan conceptualizar y desarrollar herramientas para el análisis de las ideologías lingüísticas. Esto se debe en parte a que las conceptualizaciones y herramientas desarrolladas a finales del siglo XX aún son útiles y, en parte, a que hoy en día se busca resolver el debate terminológico y conceptual descrito en la sección anterior por medio de la comparación de investigaciones localizadas.

La mayor parte de las investigaciones de nivel macro coincide en abordar la identificación de ideologías lingüísticas a través del análisis de procesos semióticos (Silverstein, 1979; Woolard y Scheffelin, 1994; Irvine 1989; Kroskrity, 2000; Woolard, 2022). Con este

propósito, se identifican los procesos de indexación (*indexation*) y *enregisterment* como herramientas clave para establecer vínculos entre la lengua y diferentes fenómenos sociales.

El proceso de indexación se relaciona con un índice, es decir, un símbolo, en este caso una forma lingüística, cuyo significado deriva de la asociación entre esa forma lingüística y el contexto en el que ocurre. Por ejemplo, añadir una /s/ final a la conjugación de la segunda persona del pasado simple del indicativo (p. ej. *dijistes* o *hicistes*) es un rasgo que suele aparecer entre hablantes con menores niveles de instrucción formal en México (Muñoz-Basols et al., 2017), por lo tanto, indexa la población con menores niveles de instrucción formal en México. A pesar de que no hay un consenso acerca de si es necesario que haya ideologías preexistentes en el momento en el que se identifica esta asociación por primera vez, se reconoce que la indexación al nivel de una comunidad es imposible sin una ideología previa. Esto se debe a que aquello que le llama la atención a una comunidad y que asocia a un grupo de personas dentro de ella es parte de las asunciones culturales propias de una ideología.

Por otra parte, el *enregisterment* (Agha, 2005) se refiere a grupos de características lingüísticas, como puede ser un estilo o registro, asociados en su totalidad a ciertos tipos de hablantes y contextos de habla. Este término aparece en algunos trabajos en español como convencionalización, en-registramiento o formación de registro. A diferencia de la indexación, que establece una relación entre un grupo de personas o contexto y un solo rasgo lingüístico, el *enregisterment* opera a nivel de variedad lingüística: se agrupan varios rasgos lingüísticos para conformar una variedad o registro y se establece una relación simbólica asociando ese registro o variedad a un grupo social o contexto específico. Por ejemplo, la alternancia de código propia del bilingüismo inglés-español, la simplificación del paradigma verbal, los préstamos, etc.

conforman la variedad de español de los Estados Unidos asociada a la población Latinx (Otheguy y Stern, 2010).

Los procesos semióticos descritos hasta ahora establecen relaciones entre la lengua y los hablantes pero no explican las formas en las que estas asociaciones son justificadas por los hablantes; consecuentemente, para complementar estos dos procesos semióticos, Irvine y Gal (2000) presentan tres herramientas que permiten reconocer cómo las ideologías lingüísticas influyen sobre un observador o participante al diferenciar, por ejemplo, entre una variedad y otra y, por lo tanto, entre una comunidad de hablantes y otra. Estos tres procesos semióticos permiten establecer, justificar y racionalizar el vínculo entre una forma lingüística y un grupo o contexto social. En este sentido, la terminología propuesta a continuación alude a procesos que van más allá de establecer un vínculo entre las formas lingüísticas y un grupo social, incorporando aspectos culturales.

El primer concepto, la iconización (*iconization*), se refiere a un signo cuyo significado se establece por medio de supuestas características en común entre el significante y el significado, identificando cualidades aparentemente compartidas entre una imagen social y una forma lingüística (Irvine y Gal, 2000). La iconización, a diferencia de la indexación y el *enregisterment* que únicamente establecen una relación entre un rasgo lingüístico y un grupo de personas o contexto, forma una relación simbólica entre un registro o variedad y una cualidad o comportamiento. De este modo, los hablantes perciben que un rasgo lingüístico comparte las características del grupo social al que indexa. Como resultado, la iconización permite señalar asociaciones entre tres elementos: una forma lingüística, una cualidad o comportamiento y un grupo de hablantes. Si continuamos con el ejemplo de la variedad del español hablada en los Estados Unidos, el bilingüismo y, en particular, el uso de dos variedades dentro de un mismo

discurso, iconiza una falta de dominio de ambas variedades por hacer uso de prácticas lingüísticas híbridas y, consecuentemente, una falta de inteligencia asociada con la idea de que estas prácticas lingüísticas son el resultado de un déficit lingüístico (Rosa, 2016).

El segundo concepto, la recursividad fractal (*fractal recursivity*), implica proyectar una relación de oposición establecida entre dos grupos sociales o características lingüísticas hacia otro nivel para reproducir el mismo contraste, de modo que se crea otra relación de oposición entre grupos o formas lingüísticas en otro dominio social de escala menor o mayor (Irvine y Gal, 2000). Por ejemplo, dentro de los Estados Unidos, existe una relación jerárquica entre el inglés y el español y, consecuentemente, una discriminación hacia el español, considerado de estatus inferior. No obstante, entre los hispanohablantes en Estados Unidos también existe una relación jerárquica entre las diferentes variedades de español, que conlleva una discriminación hacia quienes hablan variedades con menor estatus social como pueden ser las variedades del sur de México y Centroamérica (Lacorte et al., 2020).

El tercer concepto, el ocultamiento (*erasure*), se refiere al proceso a través del cual se borran ciertas personas o formas lingüísticas del panorama sociolingüístico para así poder mantener una ideología, justificando o ignorando cualquier hecho que sea incongruente con el marco ideológico que se busca mantener. Aquellos hechos que no se ajustan a las ideologías lingüísticas dominantes en un contexto suelen no identificarse o modificarse para ajustarse a ellas debido a que las ideologías lingüísticas tienen un efecto totalizador: para que las relaciones sobreesimplificadas entre la lengua y la sociedad que caracterizan una ideología dada puedan mantenerse, es necesario que se oculten o ignoren algunos aspectos de la realidad que las contradicen o no se ajustan a ellas. En el contexto los Estados Unidos, por ejemplo, muchas personas que se identifican como Latinx tienen un amplio conocimiento de variedades no

prestigiosas del inglés y el español; sin embargo, varias instituciones académicas invalidan el uso de estas variedades en el aula o etiquetan a estos hablantes como *Limited English Proficiency* (Rosa, 2016) puesto que reconocer las prácticas lingüísticas híbridas o el conocimiento de variedades no prestigiosas del inglés y español contradiría la asociación entre falta de inteligencia y bilingüismo inglés-español que está en la base de su ideología. Para finalizar, la Tabla 1 resume y ejemplifica los conceptos descritos en esta sección.

Tabla 1.

Conceptos clave para el análisis de ideologías lingüísticas

	Definición	Ejemplo
<i>Indexación</i>	Relación simbólica entre un grupo de personas o contexto y una forma lingüística.	Las conjugaciones <i>hicistes</i> , <i>dijistes</i> , <i>fuistes</i> , son índice de baja instrucción académica en México.
<i>Enregisterment</i>	Relación simbólica entre un grupo de personas o contexto y una variedad o registro (conjunto de formas lingüísticas).	Los préstamos de palabras en inglés, reducción del paradigma verbal y la alternancia de código son un símbolo de la población Latinx en Estados Unidos.
<i>Iconización</i>	Relación simbólica entre una forma lingüística, un grupo de personas y una característica compartida.	Las prácticas lingüísticas híbridas iconizan una falta de dominio del inglés y el español.
<i>Rekursividad fractal</i>	Reproducir una relación de oposición entre dos grupos o formas lingüísticas en un nivel distinto.	En Estados Unidos, el español se considera una inferior al inglés. Dentro del español, el español centroamericano se considera inferior al mexicano.
<i>Ocultamiento</i>	Invisibilizar una forma lingüística o a un grupo de personas para mantener una relación de oposición o una relación simbólica.	Para mantener la relación entre prácticas lingüísticas híbridas y la falta de dominio del inglés y el español, se oculta el conocimiento de variedades no estándar.

Nivel micro para la identificación localizada de ideologías lingüísticas

De manera paralela a la investigación de corte historiográfico y etnográfico descrita anteriormente y que busca desarrollar una conceptualización más clara de las ideologías lingüísticas y sus implicaciones para diferentes disciplinas, existen también estudios que abordan problemáticas locales y sincrónicas. Estos estudios, cuyo objetivo es identificar las ideologías lingüísticas presentes en un contexto específico, utilizan métodos y técnicas del análisis crítico del discurso o la lingüística de corpus, entre otros, para el análisis de textos producidos dentro del contexto que se quiere estudiar, como noticias, materiales pedagógicos o documentos de

políticas públicas. Existen tres corrientes principales en cuanto a los contextos o propósitos que las investigaciones localizadas más recientes suelen abarcar: ideologías de la lengua y educación; ideologías de la lengua, identidad y nacionalismo e ideologías de la lengua y justicia social. A continuación, se presentan brevemente las metodologías empleadas en estas investigaciones.

Las investigaciones que abordan las ideologías lingüísticas en contextos educativos suelen depender de metodologías cuantitativas como los estudios de *matched-guise*, cuestionarios y encuestas combinadas con el análisis cualitativo de materiales pedagógicos y documentos de políticas lingüísticas. Los cuestionarios empleados en este tipo de investigación utilizan procedimientos similares a los que se utilizan en el campo de la antropología lingüística, pues suelen plantear preguntas abiertas en grupos o entrevistas individuales y permiten a los individuos relatar sus experiencias. Las encuestas, en cambio, son una metodología del campo de la psicología social y están compuestas por preguntas cerradas, por lo que es necesario realizar pruebas piloto que permitan analizar la validez y confiabilidad de las preguntas para luego realizar un análisis cuantitativo de los resultados. Finalmente, los estudios de *matched-guise* buscan sacar a la luz las ideologías lingüísticas de los participantes pidiéndoles, por ejemplo, que escuchen dos grabaciones realizadas por un mismo hablante pero hablando variedades o registros distintos para después evaluar la percepción de los participantes sobre cualidades extralingüísticas (p. ej., empleabilidad, inteligencia, capacidad para alquilar un apartamento, etc.) y lingüísticas (p. ej., claridad, inteligibilidad, etc.) de cada una de las grabaciones en una escala (Fernández-Mallat y Carey, 2017).

Las investigaciones que se centran en ideologías lingüísticas, identidad y nacionalismo o en ideologías lingüísticas y justicia social, por estar atadas a contextos políticos, se apoyan en materiales textuales como documentos históricos, periodísticos y de políticas públicas. Estas

investigaciones usualmente estudian instituciones como hospitales, empresas, grupos activistas, instituciones religiosas y espacios virtuales (Ajsic y McGroarty, 2015). Uno de los mayores problemas con las investigaciones de este tipo es que el enfoque casi exclusivo en contextos institucionales favorece la observación de ideologías y discursos oficiales o *top-down*, por lo que los procesos ideológicos *bottom-up*, que complican y resisten los discursos y políticas lingüísticas hegemónicas, son poco estudiados (Ajsic y McGroarty, 2015). Por ello, se necesitan más estudios localizados o comparativos que examinen los contextos donde puedan aparecer discursos e ideologías *bottom-up*. A pesar de que en estudios de nivel macro y micro se enfatice la necesidad de realizar investigaciones comparativas y enfocadas en las ideologías lingüísticas presentes en la interacción entre miembros de una comunidad, existen pocos trabajos de este tipo.

Ideologías en contextos de multilingüismo

Como se explicó con anterioridad a propósito del proceso de recursividad fractal, las ideologías lingüísticas no se limitan a las valoraciones que hace una comunidad acerca de un individuo y su forma de hablar, sino que establecen una jerarquía entre las variedades lingüísticas presentes en el entorno de un individuo o comunidad, determinando sus posibilidades de aprendizaje y uso. La facilidad con la que un individuo puede sentirse parte de una comunidad, acceder a una educación digna, recibir oportunidades de trabajo, protegerse por medio del sistema legal de su país, etc. está mediada por lo que se piensa acerca de sus formas de hablar, es decir, por las ideologías lingüísticas presentes en su contexto. Por consiguiente, las formas lingüísticas que emplea este individuo responden no solo al mensaje que desea comunicar o a los recursos lingüísticos que posee sino también a su necesidad de resistir, conformarse, o protegerse de estas ideologías en los distintos espacios en los que se mueve. Como resultado, las personas bilingües

que se mueven en contextos en los que se hablan distintas variedades lingüísticas deben modificar su forma de comunicarse en función de las ideologías lingüísticas que dominan cada uno de sus espacios.

El estudio del estatus que ocupan las diferentes variedades habladas en comunidades multilingüe ha sido favorecido por el interés en las políticas lingüísticas, que ha impulsado el análisis de cómo las políticas y leyes relacionadas con la lengua generan desigualdad. Por ejemplo, Fuller (2019) analiza cómo las ideologías lingüísticas contribuyen a ocultar la realidad del bilingüismo, especialmente en contextos en los que el bilingüismo es abundante y se percibe como una amenaza para los hablantes de la variedad dominante. Siguiendo a Fuller (2019), en las siguientes secciones se muestra cómo las ideologías lingüísticas monoglósicas, de lengua estándar y del plurilingüismo promueve la jerarquía lingüística.

Ideologías monoglósicas

Las ideologías monoglósicas operan entre variedades socialmente construidas como lengua y dan más valor a las personas y sociedades monolingües que a las multilingües, lo que genera presión por asimilarse a la lengua y cultura dominante, ocasionando una reducción en la posibilidad de que las lenguas minoritarias se mantengan a lo largo de las generaciones. En su análisis de estas ideologías, Fuller (2019) se refiere a ellas como *monolingüismo normativo*, un concepto que consta de dos partes: (1) la creencia de que la condición *natural* de una persona o estado debe ser el monolingüismo y (2) la creencia de que las personas y sociedades bilingües deben mantener las lenguas estrictamente separadas. Por ejemplo, entre los hispanohablantes en Estados Unidos, el monolingüismo normativo resulta en la presión social para que los hablantes mantengan el inglés y el español separados. Esto resulta en que los hablantes estén vigilando constantemente la situación y el momento del discurso en el que se cambia de una lengua a otra (Zentella, 2017), y

contribuye incluso al desinterés por adquirir el español entre los hijos y nietos de migrantes hispanohablantes (Otheguy y Stern, 2010).

El monolingüismo normativo promueve *la ideología de una nación y una lengua*, creando una relación de correspondencia entre la identidad nacional y la lengua dominante. Como resultado de este proceso, surge la *ideología de la lengua materna*, la idea de que las personas sólo deben hablar la lengua nativa asociada a su nacionalidad. Otra ideología que comúnmente resulta de e interactúa con las ideologías monoglósicas es la *ideología de pureza lingüística* que promueve la percepción de que existe una forma *limpia o pura* de la lengua, libre de la influencia de las variedades con las que entra en contacto (García y Otheguy, 2015). Por ejemplo, en el caso del bilingüismo náhuatl-español en el Valle de Puebla, México, los hablantes de náhuatl impulsan la ideología de mantener el náhuatl *puro* como una herramienta para resistir al español, la lengua colonizadora y dominante; sin embargo, el resultado no fue que un mayor número de hablantes de náhuatl, más bien muchos de los hablantes más jóvenes optaban por evitar comunicarse en náhuatl para evitar cualquier crítica a su idiolecto (Hill, 1985).

Si bien las ideologías monoglósicas circulan entre las diferentes instituciones y la población de un país, se visibilizan y diseminan principalmente a través de la educación. En su estudio, García (2011) replantea el concepto del bilingüismo para que este no se conciba como dos códigos monolingües separados y defiende que la educación bilingüe debe ser la única forma de educar a las infancias en el siglo XXI. Para ello, primero, analiza las formas en las que la postura sociohistórica, el contexto geopolítico y las ideologías lingüísticas influyen sobre las políticas educativas bilingües en diversas partes del mundo. Mediante este análisis, identifica las ideologías monoglósicas como el principal fundamento de los sistemas educativos bilingües,

cuyo objetivo es de favorecer un bilingüismo aditivo o sustractivo (Flores y Baetens Beardsmore, 2017).

Un modelo educativo orientado hacia el bilingüismo sustractivo considera el monolingüismo como el estado natural de un hablante y busca que los individuos mantengan y fortalezcan la lengua mayoritaria, devaluando la lengua minoritaria que, usualmente, es aquella que se emplea en el hogar (García, 2011). El bilingüismo se aborda como un problema y únicamente se emplean ambas lenguas al inicio del programa educativo o incluso se prohíbe el uso de la lengua materna (Flores y Baetens Beardsmore, 2017) para favorecer la asimilación lingüística y cultural de las minorías hacia las formas de hablar y pensar del grupo dominante (García, 2011).

En cambio, el bilingüismo aditivo refleja una visión en la que ambas lenguas deben mantenerse y desarrollarse, aunque en una situación de diglosia; es decir, separando los contextos en los que se emplean (García, 2011). Los modelos de educación bilingüe orientados hacia un bilingüismo aditivo tienen como objetivo desarrollar la competencia que tendría un hablante monocultural y monolingüe de las variedades consideradas estándar. Esta perspectiva implica adherir a una ideología de pureza lingüística y reproduce la creencia de que las lenguas deben mantenerse separadas.

Una de las propuestas que permite contrarrestar las perspectivas sobre el bilingüismo promovidas por las ideologías monoglósicas es la de *translanguaging* o *translenguar*, término derivado del galés *trawsieithu* (Williams, 1994) y luego incorporado y desarrollado en la investigación sobre educación bilingüe en los trabajos de Baker, (2006), García (2011), o Prada (2019), entre muchos otros. A través de este concepto se replantea la perspectiva desde la que se abordan los estudios del bilingüismo (Otheguy y García, 2011) de modo que “Translanguaging,

or engaging in bilingual or multilingual discourse practices, is an approach to bilingualism that is centered, not on language as has been often the case, but on the practices of bilinguals that are readily observable.” (García, 2011, p.109). Desde la perspectiva del *translanguaging*, ni el español ni las otras lenguas habladas por una persona bilingüe se conciben como sistemas separados ni monolíticos ya que en la mente de una persona bilingüe estas lenguas *nombradas* no existen de forma separada. De hecho, nombrar una lengua (es decir, español, francés, náhuatl, inglés) es una práctica sociocultural y política cuyo objetivo es otorgarles a sus hablantes un estatus sociopolítico. Sin embargo, en la mente de una persona bilingüe existen únicamente una serie de características lingüísticas independientes (*disaggregated features*) que pueden utilizarse para construir significado (Otheguy y García, 2015). Así, los hablantes desarrollan una competencia conformada por estas características independientes, *disaggregated linguistic competence*, que les permite hacer uso de todos sus recursos lingüísticos al transmitir un mensaje y seleccionarlos según el contexto comunicativo. Translenguar se refiere a hacer uso de múltiples prácticas discursivas al entender y comunicarse en culturas bilingües e incluye la alternancia de código además de cualquier otro tipo de prácticas lingüísticas híbridas (García, 2011).

Ideologías de lengua estándar

El siguiente tipo de ideologías que suele afectar las prácticas bilingües de una sociedad son las ideologías de la lengua estándar. Esta ideología sostiene que existen variedades lingüísticas, generalmente habladas por los grupos etnoraciales de mayor poder sociopolítico, que son superiores al resto (Fuller, 2019). Uno de los principales argumentos para respaldar las ideologías de la lengua estándar es la creencia de que las lenguas nombradas son unidades discretas y puras que se remontan a una forma *original y mejor*; es decir, las ideologías de lengua estándar se sustentan a partir de la ideología de pureza lingüística que oculta e invalida el

contacto y el cambio lingüístico, promoviendo la noción de que existe una jerarquía entre las formas de hablar que se ve reflejada en la distinción entre el uso de los términos *lengua* y *variedad*.

Si bien estas creencias no parecen, a primera vista, estar ligadas al bilingüismo, es importante recalcar que muchas de las variedades consideradas no-estándar son precisamente aquellas habladas por personas bilingües en zonas de contacto lingüístico. Por ejemplo, el español de los Estados Unidos, que se caracteriza por una reducción del paradigma verbal y el uso de calcos del inglés, entre otros rasgos, no es considerado como una variedad válida o prestigiosa por ser una variedad no estándar, de contacto (Otheguy y Stern, 2011). Sin embargo, tal como se enfatizó en el desarrollo de la propuesta de *translanguaging*, esta distinción entre lenguas nombradas es el producto de unas categorías ideológicas creadas por instituciones políticas, nacionales y educativas y no está vinculada a la forma en la que se representan las características lingüísticas en la mente de las personas (Otheguy y García, 2015).

La ideología de *una lengua, una nación*, que es parte de las ideologías de lengua estándar y de las ideologías monoglósicas, sostiene que la identidad nacional está ligada a una lengua nombrada en particular. El hecho de que la ideología de *una lengua, una nación* pertenezca a ambos grupos de ideologías se debe a la propiedad recursiva de las ideologías lingüísticas; a esto quiere decir que se mantiene un paralelo entre las ideologías monoglósicas, que actúan a nivel de las lenguas nombradas, y las ideologías de la lengua estándar que actúan a nivel de las formas comunicativas que socialmente se construyen como variedad (Lippi-Green, 2012). En consecuencia, la ideología de *una lengua, una nación* no se limita a la creencia de que una lengua nombrada está asociada a la identidad nacional de un país, sino que promueve también la idea de que una de las variedades lingüísticas es estándar y que todos los ciudadanos deberían

hablarla. A pesar de que ambos grupos de ideologías estén relacionados, las ideologías sobre lengua estándar normalmente están mucho más arraigadas que las ideologías monoglósicas. Esto se debe a que otorgar el estatus de lengua a una forma de hablar implica legitimarla como una forma de comunicación formal y pública en determinado contexto; por consiguiente, ese estatus de lengua se mantiene en otros países o espacios, incluso si en estos otros contextos la lengua nombrada es hablada por grupos marginalizados. En contraste, no siempre existen contextos en los que se validen o se le de prestigio a las variedades lingüísticas que no son consideradas estándar (Fuller, 2019). El desprestigiar las variedades lingüísticas que no son consideradas estándar en mayor proporción a lo que se desprestigian las lenguas nombradas en contextos donde son minoritarias se justifica a través del argumento de que, por medio del acceso a la educación formal, incluso los grupos más marginalizados tienen la posibilidad de contribuir al discurso mayoritario y, por lo tanto, podrían elevar el estatus de sus variedades. Sin embargo, en su modelo sobre la subordinación de las lenguas para mantener la relación entre una nación y una lengua homogénea, Lippi-Green (2012) argumenta que la educación formal no es la raíz de las ideologías de la lengua estándar sino una avenida más para propagarlas. Esto se refiere que el objetivo de las instituciones de educación formal no es incorporar las voces de los estudiantes marginalizados al discurso mayoritario sino estandarizar la forma de hablar de todos los estudiantes. Por ello, quienes entran a instituciones educativas sin hablar la variedad estándar de su contexto únicamente tienen la opción de asimilarse o ser silenciados. De este modo, las instituciones educativas contribuyen a una mayor devaluación de las variedades no estándar.

Teniendo en cuenta las ideologías descritas anteriormente, Rosa, (2016) introduce la ideología de *linguaglessness*, que se refiere a la creencia de que las personas racializadas bilingües hablan variedades ilegítimas de las lenguas nombradas por ser personas racializadas.

La ideología de *languagelessness* deriva de las ideologías monoglósicas y de la lengua estándar, puesto que, para devaluar la competencia lingüística de las personas bilingües racializadas, las instituciones promueven una lengua nombrada sobre otra y, al mismo tiempo, para cada lengua nombrada promueven la variedad estándar hablada por el grupo de personas en el poder. A diferencia de los estudios anteriores, que diferencian entre ideologías monoglósicas e ideologías de la lengua estándar, la ideología de *languagelessness* destaca la conexión entre la lengua y la raza como una pieza clave para comprender la propiedad recursiva de estas ideologías. En Estados Unidos, por ejemplo, se promueve la ideología del inglés americano estándar, aquel que habla la población americana blanca. Al señalar que hay una relación entre la lengua estándar y la raza de los hablantes es posible explicar por qué las personas que pertenecen al grupo racial en el poder pueden hablar variedades estigmatizadas sin por ello ser víctimas de la ideología de *languagelessness*. Rosa (2016) sostiene que el estudio de las ideologías basado en la raza posibilita un mejor entendimiento de ciertas formas de estigmatización lingüística.

La ideología de *languagelessness* suele aparecer en proximidad de las ideologías de la lengua estándar y las ideologías monoglósicas. Sin embargo, al incorporar la identidad racial, focaliza la atención en los efectos que tiene una ideología lingüística sobre las personas racializadas que hablan variedades marginadas y, sobre todo, resalta que las ideologías lingüísticas son un medio más para promover ideologías de raza. En este sentido, el trabajo de Rosa (2016) representa un cambio en la forma en la que se aborda el estudio de las ideologías lingüísticas del bilingüismo, siendo que la mayor parte de los estudios publicado hasta entonces prestaban atención a los efectos de las ideologías lingüísticas en instituciones oficiales y no consideraban al potencial de estas mismas ideologías para promover ideologías de raza de

manera sistematizada y así ejercer control sobre los hablantes racializados de variedades minoritarias.

Ideologías del plurilingüismo

A raíz del aumento en la movilidad que produjo la globalización, las prácticas lingüísticas producidas por el contacto lingüístico cambiaron y se ampliaron a lenguas que antes de la globalización no se utilizaban en un mismo espacio. Como producto de estos cambios, surgen nuevas ideologías lingüísticas que van más allá de la asociación entre el estado nación y las lenguas nombradas (Flores, 2013). Las ideologías del plurilingüismo dejan de lado la noción de que para ser bilingüe una persona debe tener la competencia cultural y comunicativa que tendría un hablante monolingüe en cada una de las lenguas y conciben el bilingüismo como una sola competencia compleja. Si bien es cierto que las ideologías monoglósicas se mantienen vigentes, en los últimos años las ideologías del plurilingüismo han sustentado políticas lingüísticas que promueven la educación bilingüe por vincular el aprendizaje de lenguas con la participación en un sistema económico neoliberal (Flores, 2013). Esto quiere decir que, al entender el bilingüismo como una habilidad que ofrece acceso a mejores oportunidades laborales, se han diseñado políticas lingüísticas orientadas a la promoción de una educación de lenguas que prepara a los individuos para trabajar, dejando de lado las dinámicas de poder que puede haber entre las distintas variedades habladas en un entorno. La asociación entre una persona bilingüe y un trabajador productivo se realiza a partir de las características que se esperan de una persona en el sistema educativo y en el entorno laboral. Es decir, se espera que una persona esté comprometida con el aprendizaje de lenguas para poder mejorar sus habilidades lingüísticas y poderlas utilizar en el trabajo y, además, se espera que sea flexibles ante las necesidades del entorno laboral o contexto cultural en el que está inmersa para poder brindar un buen servicio (Flores, 2013).

Es importante señalar que las ideologías del plurilingüismo promueven el multilingüismo, pero no por ello dejan de promover las jerarquías lingüísticas que posicionan el inglés como código comunicativo para la globalización y el comercio. Al contrario, la asociación del conocimiento lingüístico con la ganancia económica refuerza también la noción de la jerarquía lingüística. En este sentido, las ideologías del plurilingüismo no resultan en un aumento en el acceso a una educación de calidad, oportunidades laborales o en un mayor sentido de pertenencia para las personas multilingües hablantes de variedades estigmatizadas, sino que promueven una visión de la enseñanza de lenguas al servicio de las corporaciones transnacionales, ya que al aumentar el número de personas dispuestas a poner sus habilidades lingüísticas al servicio de estas empresas aumentan sus ganancias económicas.

Si bien no es novedad que existan varias profesiones que dependen de capitalizar habilidades lingüísticas, commodificar la lengua como si esta fuera un bien que le otorga atributos específicos a un discurso o producto es un hecho más reciente (Duchêne y Heller, 2012). Esta commodificación fomenta, justifica y fortalece la indexación de distintos grupos de hablantes al otorgar un valor económico a las formas de hablar de las personas. Una de las consecuencias de esta commodificación es la transformación de la ideología económica del neoliberalismo en una política lingüística oculta, con un constante aumento de espacios donde se impone el uso de una variedad dominante como un medio necesario para la excelencia (Piller y Cho, 2013).

Woolard (2007) propone dos ideologías del plurilingüismo que facilitan el proceso de commodificación de la lengua: *la ideología de la autenticidad* y *la ideología del anonimato*. La ideología de autenticidad indexa hablantes asociados a un espacio local en específico, destacando así la importancia el origen del hablante por encima del mensaje mismo (Woolard, 2007). Por ejemplo, la lengua adopta el valor de autenticidad cuando el empaque de un producto alimenticio

o artesanal hace uso del español o cualquier otra variedad minoritaria para legitimar el origen del producto al comercializarlo en Estados Unidos (Duchêne y Heller, 2012). La ideología del anonimato se refiere la percepción de que, al hacer uso de determinada variedad, un discurso no pertenece a nadie en específico y, por lo tanto, actúa como un vehículo para destacar el contenido de un mensaje por encima del hablante. Por ejemplo, algunos espacios académicos o entornos laborales suelen preferir textos presentados en variedades dominantes por asociarlas un discurso más objetivo.

Según la propuesta de Woolard (2007), las ideologías de anonimato y autenticidad representan dos manifestaciones distintas del concepto de autoridad lingüística. Este concepto alude a (1) la autoridad que tienen los hablantes de una variedad lingüística en determinado contexto, pero también a (2) la construcción de la autoridad política y social a través del uso de formas lingüísticas específicas (Woolard, 2020). Las ideologías de autenticidad respaldan la primera forma de autoridad lingüística, es decir, corresponden a la noción de que los hablantes de una variedad lingüística tienen autoridad en determinados contextos (p. ej., los hablantes de náhuatl tienen autoridad en arte indígena). De manera similar, las ideologías de anonimato sustentan la segunda forma de autoridad lingüística puesto que, a través del uso de formas lingüísticas específicas, se construye una voz de autoridad política y social (p. ej., los hablantes de español tienen autoridad en el entorno académico).

Tanto las ideologías de anonimato y autenticidad como el concepto de autoridad lingüística han sido aplicados en investigaciones recientes centradas en explorar los discursos ideológicos oficiales e institucionales que se asocian con la autoridad lingüística (Ajsic y McGroarty, 2015), resaltando los discursos ideológicos oficiales que se asocian a la autoridad lingüística. Por ejemplo, al mapear las ideologías lingüísticas relacionadas con la lengua y la

identidad en Chile, Alvarado Pávez (2020) clasifica las ideologías lingüísticas presentes en diferentes publicaciones y páginas de Facebook según el tipo de autoridad lingüística que representan. Este estudio encontró que, en el contexto de las publicaciones de Facebook chilenas, el uso del Spanglish está asociado a una voz de autenticidad por incorporar el inglés como un recurso para legitimar la identidad *cuica* asociada a la clase alta.

A pesar de su utilidad, el concepto de autoridad lingüística (y las ideologías que respalda) parte de la suposición de que las lenguas nombradas son unidades monolíticas y discretas a las que se les puede asociar esta ideología en su totalidad y, por lo tanto, puede invisibilizar la variación lingüística, las prácticas lingüísticas híbridas y a los hablantes que no se ciñen a las divisiones establecidas entre una lengua nombrada y otra. Para poder analizar las ideologías lingüísticas desde esta propuesta y superar estas limitaciones es necesario primero reconocer que las variedades lingüísticas que se conocen como lenguas nombradas son una categoría sociocultural que no refleja la totalidad de los recursos que tiene un hablante ni la diversidad lingüística de una comunidad (Otheguy y García, 2015). Si se parte del análisis de un discurso lingüístico contextualizado, es posible emplear el concepto de autoridad lingüística y las ideologías de anonimato y autoridad como herramientas discursivas móviles, desvinculadas de una variedad lingüística concreta (Woolard, 2020).

Capítulo 2: Estudios multimodales de la comunicación en las redes sociales

Uno de los contextos donde suelen estudiarse las ideologías y la diversidad lingüística son las redes sociales, por tratarse de espacios donde cualquier persona puede hablar sobre su propia lengua, permitiendo un análisis enfocado tanto en las formas de hablar de una comunidad localizada como en sus ideologías lingüísticas (Rymes *et al.*, 2024). Las redes sociales promueven la interacción entre participantes (Page *et al.*, 2014), a diferencia de los medios de comunicación masiva, que difunden información de manera unilateral, por lo que le permiten a cualquier usuario publicar contenido y difundirlo a gran escala. Si bien esta definición de redes sociales es relativamente amplia, es importante acotar que para que un sitio web que promueve la interacción se considere una red social, es necesario que el énfasis esté en el intercambio de información y no en el intercambio de bienes o servicios, como es el caso de los sitios web para hacer compras por internet (Page *et al.*, 2014).

La comunicación digital en redes sociales

El estudio del uso de la lengua en redes sociales, y en internet en general, se ha llevado a cabo principalmente desde el campo de la comunicación mediada por computadoras. Las primeras investigaciones sobre el uso de la lengua para la interacción en espacios digitales se centraron en cómo la lengua cambia o se *distorsiona* en estos espacios digitales, comparándola con las formas lingüísticas empleadas en contextos *offline* (Varis y Van Nuenen, 2016). Un primer grupo de estos estudios se centró en generando descripciones generalizadas sobre el lenguaje empleado en internet como, por ejemplo, el glosario de *netspeak* (Crystal, 2004). Estas investigaciones describen el uso de emoticones, abreviaciones, cambios ortográficos y turnos conversacionales, entre otros fenómenos, como elementos que caracterizan el lenguaje usado en línea. Sin

embargo, presentan dos limitaciones importantes. Por una parte, no reconocen que algunos de los géneros textuales disponibles en internet no presentaban estas características. Por ejemplo, un artículo de noticias en el sitio web de un periódico no presentaba las abreviaciones, cambios ortográficos o emoticones que, según estas investigaciones, eran típicos del lenguaje en internet (Page *et al.*, 2014). Por otra parte, raras veces tienen en cuenta que algunos de estos fenómenos que se popularizaron a través de la interacción en internet ya se utilizaban en géneros textuales anteriores al internet. Por ejemplo, las abreviaciones eran comunes en postales y telegramas (Page *et al.*, 2014).

Un segundo grupo de estudios se centró en comparar los mismos géneros textuales en sus versiones *online* y *offline* con el fin de identificar y analizar sus similitudes y diferencias. Entre ellos se incluyen los análisis de la lengua en redes sociales de Crystal (2004) y de Baron (2002), que se enfocó en analizar las características lingüísticas típicas de un email. Al generalizar dejar de lado las relaciones sociales que había entre los interlocutores o el tema a tratar durante el acto comunicativo, este tipo de investigaciones resultaron en generalizaciones sobre las características del lenguaje escrito y el lenguaje hablado, en las que se equipara el primero con la lengua formal y el segundo con la lengua informal. Los análisis de este tipo también resultan del estudio de las características que comparten las interacciones en un chat o foro de discusión con las de la lengua hablada; es decir, tanto en la lengua hablada como en la interacción en chats y foros de discusión, la comunicación se rige en la toma turnos conversacionales, a pesar de que este tipo de intercambios ocurra por escrito y no oralmente en los espacios digitales (Page *et al.*, 2014). En resumen, las primeras investigaciones sobre la interacción en internet se centraron en describir las características de este tipo de discurso mediado por las nuevas tecnologías de comunicación, dejando de lado otros aspectos relacionados con el contexto social *online* (p.ej. sincronidad de

la comunicación o restricciones en la longitud del mensaje) y *offline* (p.ej. la relación entre los interlocutores) que influían en las formas en las que se transmite el mensaje (Varis y Van Nuenen, 2016).

Durante la década de 2010, el aumento en la popularidad de los smartphones (Androutsopoulos, 2021a) y la aparición de nuevas redes sociales (Page *et al.*, 2014) evidenciaron aún más las limitaciones de estas primeras investigaciones. Cada vez que surgía una nueva plataforma, se publicaban descripciones sobre la manera en la que la lengua cambiaba en ese contexto; sin embargo, la innovación lingüística en estos diferentes espacios parecía ser poca ya que, por ejemplo, una conversación en Facebook chat tenía bastante en común con una conversación en MSN Messenger (Herring, 2004). El cambio en la forma de abordar la comunicación en redes sociales ocurrió cuando se reconoció que el internet no era un género textual único y monolítico y que, dentro de los diferentes tipos de textos publicados en internet, existen patrones repetidos. Esta nueva perspectiva permitió cuestionar qué determina la manera en la ocurre la comunicación mediada por computadora (Herring, 2004) y llevó a los investigadores a incorporar otros elementos del contexto comunicativo a sus análisis.

Otro aspecto clave que marcó este cambio de perspectiva a la hora de abordar la comunicación en redes sociales fue el aumento de la complejidad multimodal o de los canales de comunicación que ofrecían las nuevas plataformas de redes sociales (Herring, 2007). Por ejemplo, los primeros usuarios de Facebook únicamente podían publicar actualizaciones conformadas por texto; más adelante, pudieron incluir imágenes en una misma publicación, y posteriormente, también hipervínculos o ubicaciones de GPS (Page *et al.*, 2014). En paralelo, el uso de los smartphones resultó en un aumento en la conectividad, puesto que al tener un dispositivo portátil con conexión a internet ahora los usuarios estaban siempre disponibles para

interactuar en redes sociales (Androutsopoulos, 2021b). Como resultado, las actividades offline de los usuarios comenzaron a mezclarse con sus actividades online de manera que, cada vez con mayor frecuencia, era imposible separar las posibilidades y limitaciones para la comunicación que provenían del contexto offline de aquellas que provenían del contexto online.

A raíz de estos cambios en el panorama de las tecnologías de la comunicación, las nuevas investigaciones en el campo comenzaron a usar el término *comunicación mediada digitalmente* en lugar de *comunicación mediada por computadoras* con el objetivo de hacer hincapié en el papel clave del contexto social online y offline en el que se da la comunicación (Androutsopoulos, 2021b). Al remplazar *comunicación por computadoras* por *comunicación digital*, se reconoce que la diversidad de dispositivos móviles en los que se puede llevar a cabo la comunicación tiene como consecuencia un aumento en las posibilidades de interacción. A partir de este momento, el mensaje comunicativo se empezó a analizar en función de las posibilidades y limitaciones que ofrece la plataforma digital mediante la cual ocurre la interacción, tomando en cuenta también el dispositivo utilizado para el intercambio y el entorno offline de los usuarios al ocurrir la interacción. En los últimos años, con el fin de poder abordar, analizar y explicar la comunicación digital en toda su complejidad, han aumentado los estudios multimodales (Androutsopoulos, 2021), ya que permiten incorporar el análisis de modalidades no verbales para dar cuenta de lo que los usuarios comunican mediante imágenes, por ejemplo, u otros recursos disponibles en distintas plataformas de redes sociales (Zappavigna, 2023). El siguiente apartado presenta del campo de estudios de la multimodalidad, sus enfoques y algunos conceptos clave relevantes para de la investigación del bilingüismo, la identidad y las ideologías lingüísticas en redes sociales.

Los estudios multimodales de la comunicación

El estudio de la comunicación multimodal entiende cada evento comunicativo o texto como un fenómeno que se compone de un conjunto de recursos semióticos a través de distintas modalidades como pueden ser el habla, la escritura, las imágenes, los gestos, o la distribución espacial de los distintos elementos de la comunicación (Adami, 2016). Toda la comunicación se concibe como multimodal por depender de los distintos recursos de comunicación empleados en el mensaje y las relaciones que se forman entre ellos, por lo que los análisis que únicamente se centran en la lengua no permiten abarcar el significado completo de un mensaje (Jewitt, 2017).

Existen diversas teorías que abordan los aspectos multimodales de la comunicación; sin embargo, de acuerdo con Jewitt (2017), todas parten de cuatro principios clave. El primer principio es que la lengua es solamente una parte del ensamble de modos que pueden emplearse para la comunicación, pero no necesariamente es el más importante o significativo, puesto que todos los modos tienen el potencial de contribuir al significado en proporciones similares (Jewitt, 2017). El segundo principio es que cada modo cumple una función comunicativa distinta, debido a que cada modalidad ofrece distintas posibilidades y, consecuentemente, distintos recursos disponibles para cumplir las necesidades comunicativas. El tercer principio es que las distintas modalidades trabajan en conjunto para construir significado. Dicho de otra forma, las personas construyen significado a través de su selección y manipulación de los recursos que ofrece cada modalidad. En este sentido, es la interacción de las modalidades lo que lleva a la creación de significado (Jewitt, 2017). Finalmente, el cuarto principio es que los significados de los signos empleados en la comunicación son el resultado de la interacción social; esto es, provienen de las normas sociales vigentes al momento de la creación de los signos y están influenciadas por las

motivaciones e intereses de los participantes en la interacción y su contexto social específico (Jewitt, 2017).

Existen dos perspectivas teóricas complementarias para el estudio de la multimodalidad (Adami, 2015), y ambas surgen como una extensión del trabajo de Halliday (1978) sobre la lengua hacia otras modalidades de comunicación. Por un lado, el enfoque sistémico funcional entiende las modalidades como parte de un sistema para construir significado (O'Halloran, 2008). Los análisis que abordan la multimodalidad desde esta perspectiva tienen como principal objetivo describir los patrones funcionales de las distintas modalidades, encontrar relaciones entre modalidades y desarrollar marcos teóricos y herramientas para el análisis multimodal (Adami, 2015). Por otro lado, la semiótica social concibe los recursos semióticos como una forma para revelar y construir procesos sociales. Las investigaciones enmarcadas en esta perspectiva buscan identificar las ideologías, valores, dinámicas de poder e identidades que subyacen a un acto comunicativo a través del análisis cualitativo de cantidades relativamente pequeñas de datos (Adami, 2015). A diferencia del enfoque sistémico funcional, la semiótica social se centra en el proceso de la construcción de significado en una determinada comunidad o contexto. Siendo que la presente investigación adopta un enfoque semiótico social, la siguiente sección entra en detalle sobre algunos conceptos clave para la investigación multimodal desde esta perspectiva teórica.

El análisis multimodal desde la semiótica social

En esta sección se describen y ejemplifican tres conceptos clave en la investigación multimodal desde la perspectiva de la semiótica social: recurso semiótico, modo y *affordance*.

Los *recursos semióticos* son acciones, materiales y artefactos usados en la comunicación. Pueden producirse de manera fisiológica, como los sonidos o de las expresiones faciales, o

pueden producirse a través de la tecnología, como el hardware y el software de una computadora (Van Leeuwen, 2005). Durante la comunicación, las personas seleccionan de manera simultánea varios recursos semióticos entre los que tienen a disposición para combinarlos con el fin de expresar significado. Los recursos semióticos que pueden emplearse en un determinado contexto comunicativo y lo que puede hacerse con ellos cambian según el contexto social en el que se produce el significado (Jewitt, 2017). Por ejemplo, al grabar y distribuir un podcast, las personas hacen uso de recursos fisiológicos como el aparato fonoarticulador, y recursos tecnológicos como un micrófono, una computadora e internet. Sin embargo, el uso de todos esos recursos no es aleatorio ni libre, pues está regulado de manera social, puesto que el contexto social determina los roles que tienen las personas involucradas en el proceso de grabación y las personas que tienen acceso a consumir este tipo de medios (Van Leeuwen, 2005).

Los recursos semióticos se organizan de manera específica según su contexto de uso, es decir, existen regularidades y patrones en las maneras en las que las personas de una determinada comunidad los utilizan (Jewitt, 2014). Los estudios multimodales se refieren a esta organización de recursos con el término *modos*. Un modo es “a socially shaped and culturally given resource for meaning making” (Kress, 2017, p. 60). Por ejemplo, las imágenes, la escritura, el habla, la música, la gesticulación, el video y la distribución de los elementos de un texto son recursos que pertenecen a diferentes modos (p. el., el verbal, visual, espacial, etc.) que las personas emplean para comunicarse. Cada modo ofrece un potencial distinto para crear significado. En la escritura, además de las palabras, sintagmas y oraciones, existen recursos gráficos como el tipo de fuente, el tamaño de la letra, el espaciado, el uso de negritas, itálicas y subrayado, etc. De manera similar, el habla comparte algunos recursos con la escritura como el léxico o la sintaxis, pero también tiene recursos propios como la entonación y el volumen de la voz. Para que un modo sea

considerado tal es necesario que exista un significado cultural compartido de las formas en las que un conjunto de recursos semióticos puede utilizarse para construir significado, esto es, lo que se considera un modo debe estar moldeado e interpretado por factores culturales, sociales e históricos (Jewitt, 2014). Por lo tanto, todos los modos son dinámicos, ya que dependen de recursos cambiantes y por eso se transforman constantemente, adaptándose a las necesidades comunicativas de las comunidades y los tiempos (Jewitt, 2014).

Existen distintas maneras de referirse a aquello que es posible expresar por medio de un modo. Van Leeuwen (2005) usa el término *meaning potential* para referirse a los usos que ha tenido un recurso semiótico, y el término *affordance* para referirse a todos los posibles usos de un recurso semiótico. Por otro lado, Kress (2017) utiliza *affordance* para referirse al potencial inherente que tiene un modo para expresar significado, los usos concretos que una sociedad ha seleccionado para este modo y los cambios que han tenido dichos usos a lo largo del tiempo. Ambos autores coinciden en que el *meaning potential* o *affordance* de un modo está moldeado por los usos anteriores y las convenciones sociales que ha tenido el modo en un determinado contexto. Esto es, un mismo recurso semiótico puede tener distintas *affordances* en contextos distintos; por ejemplo, la entonación tiene la función de diferenciar unidades léxicas en mandarín mientras que, en inglés, permite hacer énfasis en determinadas palabras dentro de una frase (Kress, 2017).

El discurso en redes sociales desde una perspectiva multimodal

Cuando las plataformas digitales comenzaron a facilitar el proceso de creación y distribución de textos, se visibilizó el carácter multimodal de dichos textos, mostrando que la lengua no es la única forma en la que se comunica su mensaje (Adami, 2015). En este panorama, uno de los primeros autores en emplear la multimodalidad para vincular los usos locales de la lengua con el

contenido multimedia de la cultura popular en redes sociales fue Androutsopoulos (2010), que realizó un análisis de dos videos subidos a la red social *Youtube*. En estos videos los usuarios movilizan distintos modos para establecer conexiones intertextuales entre la cultura popular y sus contextos locales. El primero reinterpreta un video publicado en el 2006 en Estados Unidos en el contexto de Bavaria. La reinterpretación hace referencia al original mediante la traducción de un rap del inglés afroamericano al alemán de Bavaria, pero incorpora una composición multimodal distinta ya que el video reinterpretado no hace referencia al contexto del que habla la canción rap original, sino que, a través de una serie de imágenes remiten a los espectadores al contexto de Bavaria. De manera similar, el segundo video hace uso de la música y de imágenes para hacer referencia a una canción popular de la época, pero modifica la letra, cantando en la variedad de alemán local y sobre situaciones específicas a ese contexto. Esta investigación fue clave para señalar el potencial del análisis multimodal para resaltar la interacción de recursos semióticos en la producción de textos que establecen vínculos entre el contexto global y las prácticas sociales y lingüísticas locales.

Un segundo estudio que marcó la investigación de las redes sociales desde la teoría multimodal es el análisis de los *affordances* del hashtag en el discurso electrónico (Zappavigna, 2011). Este estudio indagó en los recursos utilizados para construir significado en 45,000 tweets publicados con el *key word* “Obama” en las 24 horas posteriores al triunfo electoral de Barak Obama en las elecciones presidenciales de Estados Unidos en el 2008. A partir de la teoría sistémico funcional, este estudio argumenta que el uso de hashtags en Twitter (ahora X) muestra un cambio cultural en las formas de interacción mediadas digitalmente puesto que los recursos semióticos que ofrece esta plataforma permiten rastrear (*searchable talk*) y, como resultado, los hashtags se transforman en un recurso lingüístico para la construcción de comunidad, “enacting

the following social relation: ‘Search for me and affiliate with my value!’ (Zappavigna, 2011, p.789). Esta investigación fue una de las primeras en postular una descripción de los recursos para la construcción de comunidades en línea, de donde surge el concepto de *ambient affiliation*, que sugiere que, en contraste con otras formas de metadatos, los hashtags permiten indicar de manera explícita los temas a través de los cuales una persona desea que otros usuarios encuentren su contenido y decidan seguirlo; o en otras palabras, afiliarse a ellos por compartir intereses.

En una investigación posterior, Zappavigna (2018) desarrolla el potencial para construir significado de los hashtag desde la teoría de la semiótica social, considerándolos una tecnología semiótica; esto es, un recurso que tiene *affordances* tecnológicas y, al mismo tiempo, una función semiótica. Este nuevo término permite resaltar el hecho de que ambas funciones, tanto la tecnológica como la semiótica, deben tomarse en cuenta en el análisis y la recopilación de datos a partir de hashtags en Twitter. A partir de esta conceptualización, Zappavigna (2018) describe tres funciones principales para los hashtags: la capacidad de organizar el discurso, la capacidad de marcar el tema del que habla un texto y la capacidad de hacer metacomentarios evaluativos. Actualmente, el uso de los hashtags como recurso semiótico en Twitter es evidente en investigaciones en otras redes sociales que también permiten el uso de hashtags como Instagram, (Zappavigna y Ross, 2022) o TikTok (Callesano, 2023). Asimismo, las investigaciones sobre ideologías lingüísticas en Twitter suelen poner especial atención al uso de hashtags en el análisis del discurso, reconociendo que los usuarios dan importancia especial a las unidades léxicas o frases que deciden destacar con este recurso (Kircher y Kutlu, 2023; Vessey, 2016).

Ideologías y bilingüismo en redes sociales

Este apartado recoge investigaciones recientes sobre los recursos empleados para la indexación identidades bilingües en redes sociales, la construcción y diseminación de ideologías lingüísticas relevantes para estas identidades y la mediación, por parte de los usuarios, entre lo global, lo local y lo transnacional.

Identidad y enregisterment

La mayor parte de los estudios sobre recursos lingüísticos y multimodales empleados para indexar identidades bilingües inglés-español se centra en la población Latinx en los Estados Unidos, considerando distintos géneros textuales y perfiles sociolingüísticos.

A través del análisis de 756 memes publicados en la página *We are Mitú* de la red social Facebook, Dickinson (2023) identifica la alternancia de código como un elemento lingüístico clave para la construcción de la identidad U.S. Latinx milenial en estos espacios virtuales, empleado en más. de la mitad de los memes de su corpus (54.8%). Su análisis enfóquese enfocó en dos tipos de alternancia de código: inserciones léxicas y atribuciones o citas. Las inserciones léxicas presentes en su corpus solían hacer referencias a comida, miembros de la familia y prácticas culturales u objetos específicos de la cultura hispana. La mayor parte de las atribuciones (más del 70%), hacía referencia a miembros de la familia de generaciones anteriores. Una de las principales limitaciones de esta investigación es que no se aborda el estudio de los memes a través de ningún marco teórico particular perteneciente a los estudios del humor ni a la teoría multimodal. No obstante, sigue siendo relevante señalar que los hallazgos ejemplifican la manera en la que se adaptan normas sociales y culturales al contexto de las redes sociales, destacando el uso de recursos lingüísticos como la alternancia de código para indexar la identidad multicultural de los U.S. Latinx milenials.

Stransky et al. (2022) y Callesano (2023) realizaron investigaciones sobre el uso en TikTok del término *no sabo kids* con el objetivo de definir esta etiqueta desde una perspectiva intraétnica, identificando las implicaciones ideológicas de su uso y popularidad (Stransky et al., 2022) y señalando los recursos lingüísticos empleados para indexar la identidad *no sabo kid* en las publicaciones de TikTok (Callesano, 2023).

En el trabajo de Stransky et al. (2022) se analizaron videos que utilizaban este hashtag desde la perspectiva de los estudios lingüísticos y sociales del español como lengua de herencia en los EE. UU., puesto que ese término se refiere a “Latinx youth whose Spanish language skills show pervasive signs of crosslinguistic influence from English and who do not engage in traditional Hispani-Latinx culture”(Stransky et al., 2022 p. 42). De acuerdo con este estudio, la identidad *no sabo kid* surge de manera interétnica y promueve los prejuicios que actualmente rodean el español de los Estados Unidos y sus hablantes al difundir ideologías lingüísticas monoglósicas. Con el objetivo de expandir el conocimiento disponible sobre este fenómeno, Callesano (2023) identificó los principales recursos sociolingüísticos implicados en la interpretación y el mantenimiento de la identidad *no sabo* en los videos de TikTok mediante la recopilación y el análisis de 95 videos etiquetados como #nosabo, #nosabokids, #yonosabo y #nosabokidsbelike. Al tratar el hashtag como un recurso semiótico para la organización comunitaria, Callesano identifica los recursos mecanismos que sirven para indexar la identidad *no sabo* y destaca su contribución a las ideologías del déficit, las ideologías coloniales de las lenguas nombradas y las narrativas sobre la separación lingüística. De acuerdo con esta investigación, los principales recursos lingüísticos empleados para indexar la identidad *no sabo* fueron la alternancia de código, préstamos léxicos, adaptaciones morfológicas de unidades léxicas y la presencia de rasgos fonológicos asociados con el inglés. El trabajo de Callesano

(2023) resulta especialmente útil para comprender este fenómeno, ya que su análisis centra la multimodalidad en la construcción de una identidad sociolingüística al tiempo que señala las implicaciones que el enregisterment de los *No Sabo Kids* tiene para la racialización y la discriminación lingüística de la juventud latina.

Además de estas investigaciones que destacan la relación entre los procesos lingüísticos empleados para indexar determinadas identidades en redes sociales y las ideologías lingüísticas dominantes en una comunidad, Christiansen (2018) estudia cómo las personas bilingües de una comunidad transnacional México-Chicago recurren a las ideologías lingüísticas dominantes para establecer su identidad y sentido de pertenencia a la comunidad en conversaciones en Facebook. En este contexto, las ideologías lingüísticas que se activan son fluidas y dependen de las identidades y prácticas lingüísticas de los usuarios que participan en la interacción. Por ejemplo, al interactuar con quienes tienen el inglés como lengua dominante, las personas transnacionales nacidas en los Estados Unidos suelen resaltar ideologías de lengua estándar, pero al interactuar con usuarios cuya lengua dominante es el español, los mismos hablantes resaltan ideologías de elitismo lingüístico y el valor de su bilingüismo. A diferencia de las investigaciones anteriores, este estudio se centra en la interacción entre miembros de una comunidad ubicada en diversos espacios geográficos y destaca la fluidez con la que se movilizan distintos recursos semióticos y distintas ideologías.

Ideologías lingüísticas en redes sociales

Si bien muchas de las investigaciones descritas en la sección anterior resaltan la relevancia de las ideologías lingüísticas en el contexto de las redes sociales, ninguna de ellas indaga sobre la construcción y diseminación de las ideologías lingüísticas. Las investigaciones que se presentan

a continuación tienen como principal objetivo identificar cómo surgen las ideologías lingüísticas y las distintas maneras en las que se transmiten en las redes sociales.

Un primer grupo de estudios se enfoca en las relaciones entre las ideologías lingüísticas presentes en contextos offline y contextos online. Por ejemplo, Kircher y Kutlu (2023) emplearon el análisis del discurso y la lingüística de corpus para analizar publicaciones en inglés y en español con el objetivo de determinar si las ideologías monoglósicas y de lengua estándar sobre el español presentes en contextos offline en Estados Unidos estaban también presentes en Twitter. La investigación reveló la presencia de la ideología de monolingüismo normativo relacionada con la ideología de una lengua, una nación, el purismo lingüístico e ideologías raciolingüísticas que atribuían a los inmigrantes racializados un déficit lingüístico. Asimismo, el corpus de publicaciones en español mostraba una mayor preocupación por la fluidez de los hablantes y el purismo lingüístico, mientras que en el corpus en inglés resaltaban temas relacionados con *American* y *un-Americaness*, la educación, el racismo y la discriminación. Los resultados de esta investigación muestran cómo el discurso sobre ideologías dominantes circula en las redes sociales, señalando la importancia de la planeación lingüística y los discursos de resistencia en estos espacios. Sin embargo, una de las limitaciones de esta investigación es la poca atención dedicada a estos discursos de la resistencia, más allá de mencionar que algunos usuarios mostraron resistencia ante la ideología de una lengua, una nación, pero no ante el purismo lingüístico.

Otra investigación con objetivos similares pero enfocada únicamente en distintas variedades del español combina metodologías para la investigación de ideologías lingüísticas offline, como la observación de interacción entre mexicanos y salvadoreños en Los Ángeles, la diseminación de cuestionarios a través de internet y entrevistas cara a cara (Raymond, 2015). Las

preguntas de investigación, relacionadas con el prestigio de distintas variedades del español, surgen a partir de la observación de unos hablantes salvadoreños que emplean recursos lingüísticos propios de variedades mexicanas y guiaron el diseño de un cuestionario suministrado a usuarios hispanohablantes de internet en el que se les pedía ordenar de forma jerárquica una serie de audios que hacían uso de distintas variedades del español. Si bien la falta de información sobre la forma en la que se diseminó el cuestionario no permite generalizar sobre la relación que existe entre las ideologías lingüísticas en contextos online y offline, la metodología ejemplifica la posibilidad de establecer relaciones entre ambos contextos para así obtener un panorama más detallado.

En contraste con el trabajo de Raymond (2015), otros estudios se centran en el contexto online. La investigación de Christiansen (2024) destaca el papel de las ideologías raciolingüísticas en la compleja relación entre la población mexicana y la población mexicana-americana, cuyo principal espacio de contacto son las redes sociales. Dado que esta relación se desenvuelve principalmente en línea, la recolección de datos ocurrió únicamente a partir de respuestas a tweets relacionados con una controversia entre atletas mexicanas y mexicano-americanas durante los juegos Olímpicos de Tokyo 2020. El análisis de los comentarios destaca una noción de la identidad étnica ligada al país de nacimiento y la forma en la que las prácticas lingüísticas híbridas están estigmatizadas entre mexicanos-americanos racializados, pero celebradas entre mexicanos blancos. Este discurso construye una identidad nacional que sostiene la creencia de que la mexicanidad auténtica está asociada al territorio nacional y la lengua, excluyendo identidades mexicanas que no cumplen con estas condiciones.

Matachana López y Narváez Burbano (2022) también delimitan su investigación ideológica a contextos online, centrándose en las ideologías lingüísticas en Youtube como red

social transnacional. En su estudio, utilizaron el análisis crítico del discurso para analizar las ideologías entorno al español dominicano y el español estadounidense en dos videos y los comentarios de otros usuarios a cada video. Si bien el contenido de los videos está dirigido a una población Latinx, debido a la falta de identificación de los usuarios, los comentarios analizados no necesariamente provenían de esta población. El estudio reveló que los videos promovían el uso de un español estándar, a pesar de provenir de una cuenta cuyo contenido promueve la diversidad dentro de la comunidad Latinx. En sus comentarios a estos videos, la mayor parte de los usuarios se expresaron a favor de las ideologías de la lengua estándar, asociando un déficit lingüístico con quienes no hablan esta variedad.

Si bien estas investigaciones sobre ideologías lingüísticas en contextos online revelan que las ideologías dominantes que surgen en contextos offline se sostienen y promueven y algunos individuos se pronuncian en contra de este discurso, faltan trabajos que se centren en cómo los usuarios resisten a estas ideologías lingüísticas en espacios digitales.

Finalmente, un tercer grupo de estudios se centra no solo en la relación entre identidad e ideologías lingüísticas, sino también entre los usuarios y el contexto; esto es, si los espacios online les permiten establecer vínculos entre lo global y lo local o posicionarse como personas transnacionales y qué recursos semióticos de cada red social posibilitan estos vínculos.

Mendoza-Denton, (2016) utiliza el análisis semiótico y el análisis crítico del discurso para estudiar las interacciones entre usuarios en videos de Youtube creados por fans de la música de raperos chicanos involucrados con las pandillas en California. El objetivo del estudio fue identificar los recursos lingüísticos y visuales utilizados para realzar el carácter local de los videos publicados en una plataforma que se caracteriza por sus posibilidades para formar comunidades a nivel global. En este análisis, el uso del inglés chicano se vincula con pandillas

Norteño (en el norte de California) y las variedades consideradas no estándar del español se asocian con las pandillas *Sureño* (migrantes más recientes en el sur de California). Los elementos no verbales movilizados para señalar el carácter local del video fueron imágenes de comerciales regionales, mapas con códigos de área telefónica, y adaptaciones de símbolos asociados a la historia local. Además de indexar las identidades *Norteño* y *Sureño* a través de estos recursos semióticos, las ideologías lingüísticas expresadas en estas interacciones están ligadas a los elementos de la lengua que utiliza una pandilla para diferenciarse de la pandilla rival. De este modo, las relaciones indexicales e ideologías lingüísticas dominantes en el resto de Estados Unidos son distintas a las que operan en este contexto.

MacGregor-Mendoza y Moreno (2020) realizan un análisis multimodal de las publicaciones de ocho usuarios mexicanos-americanos de Instagram con el objetivo de identificar los aspectos de su identidad que expresan en una red social cuyo objetivo es vincular perspectivas locales y globales. Los participantes emplean hashtags, emojis y discurso translingüe en sus publicaciones para indexar sus identidades de género, sexualidad, raza, y etnicidad, haciendo referencia a símbolos que no provienen de la cultura dominante de México ni de Estados Unidos, sino son el producto de una fusión y reinterpretación de los símbolos empleados en ambos espacios. Estas prácticas coinciden con las descripciones del discurso multilingüe que han surgido de investigaciones en contextos offline puesto que resaltan la naturaleza fluida y dinámica de las prácticas comunicativas de las personas bilingües y biculturales.

En contraste con las investigaciones anteriores, cuyo objetivo central es identificar los recursos lingüísticos y multimodales empleados para localizar lo global o expresar una identidad dentro de estos contextos, Christiansen (2017) analiza los recursos multimodales que emplean

unos usuarios transnacionales para borrar distancias temporales y físicas entre quienes se ubican en distintos espacios geográficos. Uno de hallazgos fue que la comunidad transnacional no se limita a hacer uso de las *affordances* de Facebook siguiendo las funciones designadas para cada modo por los diseñadores de la plataforma, sino que llevaba a cabo un proceso de resemiotización adaptando estos modos a las necesidades del contexto específico. Por ejemplo, el recurso del etiquetado, originalmente diseñado para invitar a otros usuarios a una conversación o evento en el que participaron, se utiliza aquí para invitar a usuarios que no participaron (pero que desearían hacerlo) en una fiesta o reunión y permitirles así interactuar con la publicación y con quienes sí habían asistido al evento en el espacio físico. Esta investigación no solamente resalta la naturaleza contextual y social de los recursos multimodales usados en redes sociales, sino que señala cómo estos espacios digitales pueden ser un punto de encuentro entre personas que provienen de contextos distintos y que no tendrían oportunidad de interactuar de otra forma, como es el caso de los usuarios de origen mexicano que viven en distintas partes del mundo, facilitando así el contacto, la transmisión y la negociación de identidades e ideologías. A modo de conclusión, cabe destacar que no se han llevado a cabo investigaciones centradas en observar cómo los usuarios más jóvenes construyen y transmiten ideologías lingüísticas de manera no solo verbal sino también mediante la movilización de recursos no verbales. Asimismo, tampoco contamos con un número suficiente de estudios que describan qué tipos de ideologías lingüísticas relacionadas con el bilingüismo circulan en las redes sociales empleadas por los jóvenes. La presente investigación busca contribuir al campo de estudio de las ideologías lingüísticas y los estudios multimodales mediante un análisis temático y multimodal de las ideologías comunicadas en TikTok entre jóvenes que pertenecen al contexto transnacional digital México-

Estados Unidos. En el siguiente capítulo, se detallan los objetivos y métodos de investigación empleados.

Capítulo 3: Las ideologías sobre bilingüismo en TikTok

El objetivo de este estudio es documentar los tipos de las ideologías lingüísticas sobre el bilingüismo inglés-español que adolescentes y jóvenes de México y los Estados Unidos comunican y reciben en TikTok y los recursos multimodales empleados para hacerlo.

Como se anticipó en la Introducción del Capítulo 1, el estudio de las ideologías lingüísticas sobre bilingüismo que se transmiten en las redes sociales, así como los recursos empleados para comunicarlas, es importante no solo para comprender cómo se comunican y qué piensan los jóvenes, sino también para informar futuras acciones en el campo de políticas y planeación lingüística y la enseñanza de literacidades multilingües y multimodales. Debido a los intensos flujos migratorios entre México y Estados Unidos y la migración de retorno de los últimos años, los resultados de este estudio pueden informar iniciativas que protejan a los hablantes de herencia, y en particular a las generaciones más jóvenes, de ideologías lingüísticas discriminatorias en contextos locales y transnacionales en línea.

Las preguntas de investigación que han guiado el estudio son las siguientes:

- ¿Cuáles son las ideologías lingüísticas sobre el bilingüismo inglés-español que los jóvenes mexicanos y estadounidenses reciben y transmiten en TikTok? Esta pregunta busca entender las ideologías lingüísticas más visibilizadas por los jóvenes en México y Estados Unidos respecto al bilingüismo inglés-español en TikTok, una plataforma que influye en las actitudes lingüísticas y culturales.
- ¿Cuáles son los recursos multimodales que emplean estos jóvenes para expresar dichas ideologías lingüísticas sobre el bilingüismo? Al explorar cómo se combinan diferentes recursos en la creación de videos con discurso relacionado con ideologías lingüísticas se

busca identificar las estrategias que se emplean en esta red social para comunicar las ideologías tanto de manera verbal como de manera no verbal.

Participantes

Para detectar a las tres creadoras de contenido cuyos videos fueron analizados en esta investigación, se rastrearon los hashtags relacionados con la lengua y los contextos sociales de interés. Los hashtags a partir de los cuales se realizó la búsqueda fueron: #bilingual, #bilingüe, #learnspanish, #aprenderinglés, #mexicanamerican, #languages, #idiomas, #bilingualproblems, #spanglish, #bilingualism, #mexicanTikTok, #hispanictikok. Siguiendo a Zappavigna, (2011), se seleccionaron estos hashtags por tener un alto número de publicaciones que permiten convocar usuarios cuyos intereses, contenido e información del perfil corresponde a los contextos sociales que atañen a la presente investigación.

El objetivo fue identificar a tres creadores de contenido entre los 18 y los 30 años cuyas publicaciones se centraran en la lengua y su relación con la identidad y cultura, cada uno con diferente tipo de relación con México y el español: una persona que publicara sus videos principalmente en español, otra principalmente en inglés y otra cuyas publicaciones estuvieran balanceadas en inglés y español. A partir de estos parámetros, la Tabla 2 presenta información de cada una de estas creadoras de contenido.

Tabla 2.
Creadoras de contenido del corpus

Usuario	Handle	Seguidores	Lengua	Biografía del perfil
Ana Saia (AS)	@saianan a	3.6 M	Balanceado	The “red head” Latina anasaia@thedigitaldep t.com Presave "Norte a Sur" 🇺🇸 🇪🇸 🇯🇵

Lillian (CM)	@chunka _munka	433.6 K	Principalmente inglés	Vlogging life in MexicoMX *Everything ICR* 💖 business.lillianr@g mail.com
Salmachavana (SC)	@salmac havana	2.4 M	Principalmente español	¡Te enseño idiomas! CNDEFRUSBRITKRMXe ↓ INSCRÍBETE A MIS CURSOS ↓

Las participantes mencionadas en la Tabla 2 se seleccionaron por presentar distintas relaciones con México. De acuerdo con la información publicada en su perfil, la primera creadora de contenido, Salmachavana, es originaria de Nuevo León y tiene aproximadamente 24 años. Después de terminar una licenciatura en psicología en una universidad privada en Monterrey se mudó a Utah, Estados Unidos, para trabajar como niñera. Salmachavana comenzó a tomar clases de inglés en una escuela de idiomas a los 9 años y desde entonces continuó a estudiar otras lenguas nombradas como el portugués, mandarín, alemán y francés y comenzó a crear contenido relacionado con las lenguas y el proceso de aprendizaje. Incluso desde antes de mudarse a los Estados Unidos hace dos años, la mayor parte de sus videos se centraban en las características del inglés y en ofrecer estrategias para su aprendizaje.

La segunda participante, Lillian, es originaria de una ciudad pequeña cerca de Pittsburgh, Pennsylvania, y tiene aproximadamente 23 años. Se identifica como mitad polaca y mitad italiana. Lillian aprendió español en la escuela secundaria y decidió estudiar una licenciatura en español en una universidad privada en Estados Unidos. Durante sus años en la universidad, hizo un amigo franco-mexicano con el que viajó a Morelos, México, a donde se mudó después de terminar la universidad. Actualmente, se dedica a crear contenido sobre de viajes, cultura, y el español mexicano, además de dar clases de conversación en línea.

La tercera participante, Ana Saia, es hija de una madre mexicana y un padre estadounidense y creció de Las Vegas, Nevada. Tiene aproximadamente 23 años y se identifica como *white/gringa* y latina. Si bien no es claro cómo fue su proceso de aprendizaje del español a partir de la información compartida en su perfil, Ana Saia menciona que durante su infancia no se comunicaba mucho en español, a pesar de estar en contacto con la cultura latina y viajar a México con relativa frecuencia. Tomó algunas clases de español en la escuela secundaria y en varios de sus videos menciona que actualmente mezcla inglés y español en casa. Suele publicar videos de belleza, actuación, música y humor sobre el bilingüismo y la cultura Latinx. Inicialmente, la mayor parte de sus videos trataban sobre la cultura mexicana-americana y el bilingüismo; sin embargo, tras el rechazo de la comunidad hispana de TikTok por crear contenido sobre la cultura mexicana sin tener una identidad racial que típicamente se asocie con esta etnia, comenzó a crear menos contenido de humor sobre estos temas.

Las tres creadoras de contenido seleccionadas para esta investigación pertenecen a grupos raciales privilegiados en sus países de origen. Esto se debe a que, además de cumplir con los criterios explicado anteriormente, se buscaba que estuvieran entre los usuarios con el mayor número de seguidores (*influencers*) con el objetivo de identificar algunas de las ideologías lingüísticas en los perfiles que más atención reciben en esta red social. Los perfiles de personas racializadas que cumplían con estas características contaban con un número significativamente menor de seguidores que las participantes, hecho que ya señala un sesgo en cuanto a quiénes se consideran personas de autoridad para hablar de lengua en redes sociales.

Material es y procedimientos

Los materiales utilizados para esta investigación fueron Python Software Foundation (2024), Visual Studio Code (Microsoft Corporation, 2024), la API de TikTok TikAPI (2024) y el programa ELAN (2024) para el etiquetado de los videos.

Se seleccionaron los quince videos más recientes de cada usuaria que hablaran sobre lengua. Para que un video se incluyera en el corpus debía cumplir con alguno de los siguientes criterios: (1) hacer mención explícita del inglés o el español, (2) hacer referencia a alguna característica lingüística, (3) mencionar el proceso de aprendizaje de alguna de estas variedades lingüísticas o el bilingüismo, (4) referirse a las habilidades lingüísticas del usuario u otro individuo. Además de seguir estos criterios, se excluyeron los videos que promocionaban algún producto externo o eran patrocinados por una marca.

Posteriormente, se modificó el script de Python (Brown,2023) empleado en la investigación de Callesano (2023) para acceder al API de TikTok y recuperar los datos y metadatos de publicaciones etiquetadas con hashtags de interés. Mediante este script, se recopilaron y codificaron automáticamente 15 videos de TikTok por cada una de las tres creadoras de contenido, por un total de 45 videos. A cada video del corpus se le asignó un número de identificación que consistía en las iniciales de los nombres o *handles* que usaban las creadoras de contenido, AS, CM y SC, seguidas de un _ y un número del 1 al 15. La Tabla 3 muestra un resumen de los metadatos recopilados con el script de Python para cada video y la Tabla 4 muestra las estadísticas de interacción con los videos incluidos en el corpus según la creadora de contenido y en total.

Tabla 3.
Códigos de los metadatos recopilados

Etiqueta	Descripción del output
----------	------------------------

<i>Id</i>	Id numérico del video asignado por TikTok
<i>url</i>	Hipervínculo para acceder al video
<i>authorUsername</i>	El nombre de usuario del creador
<i>authorId</i>	ID numérico que TikTok asigna al usuario
<i>authorFollowers</i>	Número de seguidores que tiene el usuario
<i>authorHeartCount</i>	Número de “me gusta” que el usuario tiene en todos sus videos
<i>authorVideoCount</i>	Número total de videos publicados por el usuario
<i>createTime</i>	La fecha de publicación del video
<i>desc</i>	Descripción/caption del video
<i>privateItem</i>	true/false si el video es privado
<i>commentCount</i>	Número de comentarios
<i>playCount</i>	Número de reproducciones
<i>shareCount</i>	Número de veces que se ha compartido el video
<i>timeQueried</i>	La hora y fecha en la que se consultó el video

Tabla 4.

Estadísticas de interacción con el corpus

Interacción	Estadística	AS	CM	SC	Total
<i>comentarios</i>	total	3,730	1,194	694	5,618
	promedio	248.66	79.6	46.26	124.84
<i>shares</i>	total	14,587	2,473	3,887	20,947
	promedio	972.46	164.86	259.13	465.48
<i>reproducciones</i>	total	9,566,500	446,701	1,450,300	11,463,501
	promedio	637,766.66	29,780.06	96,686.66	254,744.46

La Tabla 4 se calculó a partir de la suma y el promedio de los metadatos obtenidos de cada video con las etiquetas commentCount, playCount y shareCount en la Tabla 3, realizando este cálculo primero por creadora de contenido y después a partir del total del corpus. Si bien algunas los videos de AS generaban más interacción que las publicaciones de las otras dos creadoras de contenido, las cifras de la Tabla 4 muestran que, en general, los videos incluidos en el corpus tuvieron un alcance amplio en TikTok.

Finalmente, se etiquetó la base de datos de manera manual con el objetivo de facilitar el posterior análisis de las ideologías lingüísticas presentes en las publicaciones y los recursos multimodales empleados para construirlas y comunicarlas.

En primer lugar, se etiquetaron los videos según las ideologías lingüísticas presentes en cada uno, cada vez que se etiquetaba una ideología lingüística nueva se le otorgó un código compuesto por el código del video y un número correspondiente al orden cronológico en el que aparecía en el video (p. ej., la primera ideología del video AS_1 fue AS_1.1 y la segunda AS_1.2). Para identificar las ideologías lingüísticas en un video, el primer paso fue identificar las secciones del video donde se expresaba una ideología lingüística. Tal como se explica en el

Capítulo 1, no todas las ideologías lingüísticas de un hablante se expresan de manera explícita en su discurso metalingüístico, ya que algunas se manifiestan a través de representaciones visuales, comportamientos, estructuras institucionales, etc. (Woolard, 2022; Kroskrity, 2003; Irvine, 1989, Woolard y Schieffelin, 1994). Por lo tanto, se seleccionaron las partes del video donde las personas expresaban juicios de valor tanto de manera verbal como no verbal, sobre alguna variedad lingüística o sus hablantes. Los elementos verbales clave para identificar juicios de valor fueron el uso de adjetivos o adverbios que caracterizaban de manera positiva o negativa algún hablante o variedad. Por ejemplo, caracterizar el idiolecto de una persona como *claro* o una variedad lingüística como *formal* se consideraron juicios positivos. De manera similar, usar la etiqueta *no sabo* para un hablante o describir una característica lingüística como *incorrecta* se consideraron juicios de valor negativos.

Para identificar juicios de valor expresados de manera no verbal, se observaron los elementos pertenecientes a distintos modos, incluso los gestos, la entonación, el color de texto en pantalla o el uso de emojis. Por ejemplo, si al preguntar por la traducción de una palabra se hacía algún gesto de enojo (ejemplificado en la Figura 1) o aparecían emojis de un tache rojo, el juicio de valor de esta sección se etiquetaba como negativo. Asimismo, si la expresión facial de uno de los interlocutores se suavizaba al escuchar alguna estructura morfosintáctica en particular o si la música cambiaba a un ritmo alegre, se etiquetaba la sección del video como un juicio de valor positivo.

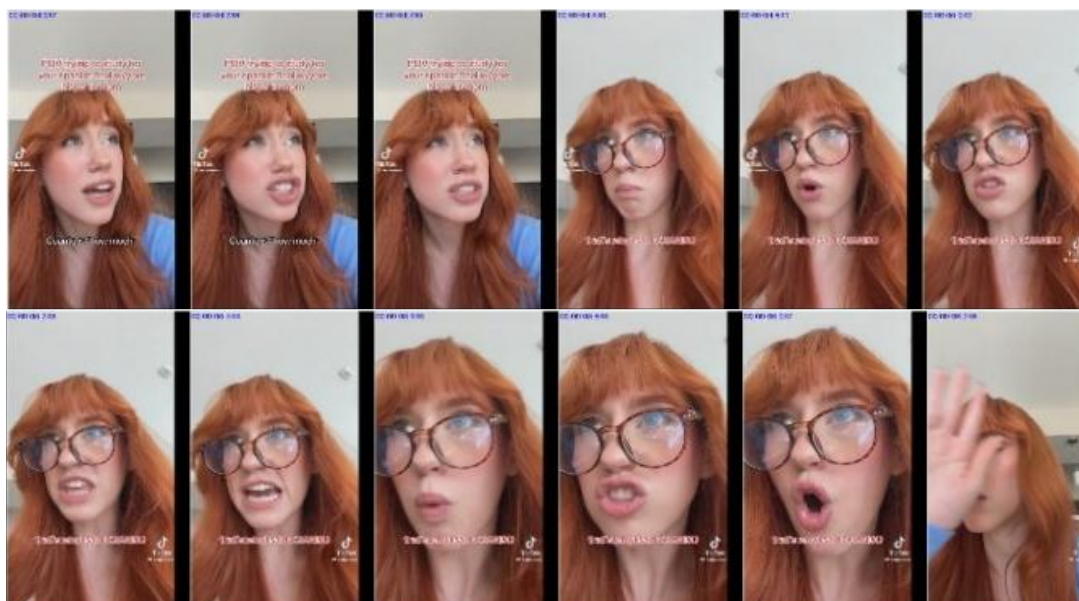


Figura 1.

Ejemplo de juicio de valor manifestado con expresiones faciales

Una vez identificadas todas las instancias en las que aparecen juicios de valor, se etiquetaron los elementos del bilingüismo que detonaban el juicio de valor; esto es, si el juicio de valor se expresaba sobre una variedad lingüística o sobre un hablante. Se consideró que el foco principal de un juicio de valor era un hablante cuando se generalizaba sobre las habilidades lingüísticas de un grupo de personas, se criticaban o celebraban las habilidades lingüísticas de una persona como su pronunciación o capacidad para traducir, y cuando se hacía referencia al idiolecto de una persona en particular como el objeto de crítica o como modelo a seguir. Por otra parte, se consideró que el tema central era una variedad lingüística cuando los juicios de valor se emitieron sobre características lingüísticas específicas como la pronunciación de un fonema, el uso de algún morfema, unidad léxica o estructura sintáctica; las prácticas lingüísticas híbridas, o alguna variedad en concreto.

Posteriormente, se etiquetó la percepción que mostraban las personas del video en cuanto al tipo de autoridad lingüística (Woolard, 2007) asociada con la variedad o el hablante en cuestión; esto es, si la variedad lingüística o el hablante se caracterizan como auténticos o no

auténticos. Se etiquetó una variedad o hablante como auténticos cuando, según quien emite el juicio de valor, se consideran una “expresión genuina y esencial de una comunidad” (Woolard, 2007, p. 131). Etiquetar una variedad lingüística como auténtica implica que las características lingüísticas o prácticas híbridas sean celebradas o rechazadas (según el juicio de valor que haya hecho el interlocutor) por indexar o representar a determinado grupo. En los casos en los que la variedad lingüística se describe como no representativas de la comunidad sobre la que se habla en el video, se etiquetó como no auténtico. Una vez asignadas estas etiquetas se enlistaron las características específicas mencionadas en el juicio de valor; por ejemplo, la aparición de la alternancia de código, pronunciación de determinado fonema, uso de una estructura morfosintáctica específica, uso de una unidad léxica. De manera similar, cuando el juicio de valor se centraba en un hablante o un grupo de hablantes que era descrito o caracterizado por quien emitía el juicio de valor como representativo de una comunidad, se etiquetó como auténtico. La etiqueta de hablante no auténtico se utilizó cuando el hablante o grupo de hablantes de los que se emitía el juicio eran caracterizados o descritos como extranjeros o no locales en función de la comunidad a la que alude el video. Una vez asignadas estas etiquetas, se enlistaron características identitarias del hablante o grupo de hablantes asociadas al juicio de valor; esto es, la generación sociolingüística del hablante, la raza, la clase social, el contexto de aprendizaje de lenguas y si es una persona bilingüe o monolingüe, etc. y la característica lingüística asociada. La Tabla 5 resume el protocolo de etiquetado para las ideologías lingüísticas.

Tabla 5.
Etiquetado de ideologías lingüísticas

Dimensión Analítica	Categorías	
<i>Juicio de valor</i>	Positivo (+)	Negativo (-)
<i>Elemento del bilingüismo</i>	Variedad (ling)	Hablante (hum)
<i>Autoridad lingüística</i>	Auténtico (Auth)	No auténtico (NoAuth)

Una vez etiquetadas las ideologías lingüísticas, se identificó a la persona que emitía el juicio de valor. En concreto, se etiquetó como “self” cuando las ideologías lingüísticas provenían de la creadora de contenido que había publicado el video; se etiquetaron como otros (p. ej., “madre”, “profesora”, etc.) las ideologías lingüísticas expresadas por otros personajes del video; cuando las creadoras de contenido mencionaban las ideologías lingüísticas de un grupo social, se etiquetó el grupo social en cuestión (p. ej., los hablantes nativos del español). En los casos en los que las creadoras de contenido citaban las ideologías lingüísticas de otro usuario o seguidor, se utilizó la etiqueta “usuario/seguidor” puesto que la identidad de quienes habían expresado la ideología lingüística no era fácil de determinar.

Por último, se etiquetaron los recursos multimodales movilizados en cada uno de los videos. La Tabla 6 presenta una lista de los recursos que se etiquetaron, describiendo a qué se refiere cada uno, el modo al que pertenece y sus *affordances* dentro de TikTok.

Tabla 6.
Etiquetado de recursos multimodales en TikTok (adaptada de Willoughby, 2025).

Modo	Recurso	Descripción	Affordances
Visual	Filtros	Modificaciones de la apariencia de quienes aparecen en el video.	Establecer el “escenario” de una interacción actuada. Influenciar cómo es percibida una persona.
	Transiciones	Efectos para incorporar una nueva imagen o videoclip a la publicación.	Establecer relaciones entre una toma o imagen y otra, indicar un cambio temporal, suavizar un cambio de escena.
	Encuadre	El espacio o los elementos que capta la cámara.	Guiar la atención del espectador y enfatizar elementos importantes.

Auditivo	Música	Géneros musicales, música de tonos rápidos y acelerados (alegre), música de tonos bajos y lentos (triste u oscura).	Establecer la emoción que transmite la publicación, crear atmósfera o estructurar contenido de manera rítmica.
	Efectos de sonido	Ruidos asociados a una acción.	Enfatizar, llamar la atención, establecer el contexto o ambiente.
	Voz en off	Contenido hablado que no proviene de quienes están visibles en la pantalla. Puede ser grabado por el creador de contenido o por otros.	Indicar la reacción de una persona a este texto, mostrar un entorno relacionado con el contenido hablado, explicar un escenario o sensación específica.
Corporal	Expresiones faciales	El conjunto de movimientos de la boca, cejas, ojos y cabeza en relación con un interlocutor o la cámara.	Expresar emociones, clarificar intenciones, enfatizar.
	Manos y brazos	Movimiento de los dedos, las palmas, muñecas, brazos y hombros en relación con otras personas en el video, el hablante o la cámara.	Enfatizar, expresar emociones.
	Cuerpo	La postura del cuerpo en relación con otros hablantes o la cámara. Incluye también cambios de ropa, accesorios o peinado.	Establecer relaciones espaciales dentro de un intercambio, añadir contexto, comunicar emociones o estados físicos.
Verbales	Habla	Aspectos léxicos, morfosintácticos, prosódicos.	Expresar ideas y emociones.
	Subtítulos	Texto que presenta el mismo contenido que el habla y de manera paralela. Los subtítulos pueden aparecer en la misma variedad que el habla (<i>cc</i>) o en una variedad distinta (<i>sub</i>).	Aumentar la accesibilidad, mostrar el dominio de dos variedades lingüísticas, establecer una relación entre la forma oral y la escrita, mostrar equivalencias entre una variedad y otra.
	Etiquetado de usuarios	Una ventana donde aparece el comentario de un usuario en un video anterior del creador de contenido.	Interactuar con seguidores, responder preguntas, expresar acuerdo o desacuerdo con las ideas y reacciones de otros usuarios.
	Texto en pantalla	Texto que no coincide con ningún otro recurso verbal ni auditivo, incluye el uso de emojis.	Establecer el contexto de una interacción, hacer referencias metalingüísticas, resumir el contenido del habla, mostrar

Una vez identificados los recursos mencionados en la Tabla 6, el etiquetado se llevó a cabo de manera cualitativa; esto es, una vez identificado el fragmento del video donde se movilizaba un determinado recurso, se describía la manera en la que la creadora de contenido lo hacía.

Capítulo 4: Resultados

En este capítulo se presentan los resultados sobre las ideologías lingüísticas y los recursos multimodales que movilizaron las creadoras de contenido para comunicarlas. Después de presentar los datos agregados, se discuten más en profundidad algunos ejemplos de las ideologías lingüísticas presentes en el corpus y de las maneras en las que se movilizaron los recursos multimodales de TikTok para construirlas y comunicarlas.

Ideologías lingüísticas de las jóvenes en TikTok

Se identificaron un total de 65 instancias (*tokens*) de ideologías lingüísticas que se manifiestan en el corpus. Al contabilizar las instancias según las tres categorías analíticas (juicio de valor, elemento del bilingüismo y autoridad lingüística), es posible identificar tendencias en cuanto al tipo de ideologías que sostienen las creadoras de contenido. La Tabla 7 muestra el número de instancias identificadas para cada tipo de ideologías lingüísticas en el total del corpus y desglosado por creadora de contenido.

Tabla 7.

Instancias (tokens) y tipos (types) de ideologías lingüísticas

	AS	CM	SC	Total
<i>Juicio negativo, variedad lingüística, no auténtica (NLN)</i>	6	2	6	14
<i>Juicio negativo, variedad lingüística, auténtica (NLA)</i>	1	0	0	1
<i>Juicio negativo, hablante, no auténtico (NHN)</i>	13	8	2	23
<i>Juicio negativo, hablante, auténtico (NHA)</i>	3	0	0	3
<i>Juicio positivo, variedad lingüística, auténtica (PLA)</i>	2	7	4	14
<i>Juicio positivo, variedad lingüística, no auténtica (PLN)</i>	0	1	0	1
<i>Juicio positivo, hablante, auténtico (PHA)</i>	4	2	1	7
<i>Juicio positivo, hablante, no auténtico (PHN)</i>	1	1	0	2

La Tabla 7 muestra que la mayoría de las ideologías lingüísticas identificadas en el corpus se concentran en cuatro de los ocho posibles conjuntos, destacados con sombreado gris. En primer lugar, el conjunto más frecuente es el de juicios negativos sobre hablantes considerados no

auténticos (N = 23). Le siguen los juicios negativos sobre variedades lingüísticas no auténticas (N = 14), los juicios positivos sobre variedades consideradas auténticas (N = 13), y los juicios positivos sobre hablantes percibidos como auténticos (N = 8). En contraste, ciertos tipos de ideologías lingüísticas aparecen con muy baja frecuencia en el corpus: los juicios negativos sobre variedades auténticas (N = 1), los juicios negativos sobre hablantes auténticos (N = 3), y los juicios positivos sobre variedades no auténticas (N = 1) y hablantes no auténticos (N = 2). Esta distribución de ideologías lingüísticas no es inesperada, puesto que aquellos recursos lingüísticos y hablantes asociados a determinada comunidad que suelen adquirir autoridad lingüística se consideran representaciones auténticas de ese grupo o variedad (Woolard, 2007). Por lo tanto, no es ninguna sorpresa que la mayor parte de juicios de valor positivos recaigan sobre variedades lingüísticas y hablantes a los que se les confiere una mayor autoridad lingüística.

En el desglose por creadora de contenido, destaca que AS concentra la mayor cantidad de ideologías lingüísticas negativas, especialmente aquellas dirigidas hacia hablantes considerados no auténticos (N = 13). CM presenta un patrón más equilibrado, con una proporción similar de juicios positivos y negativos. Sus ideologías se distribuyen principalmente entre juicios negativos hacia hablantes no auténticos (N = 8) y juicios positivos hacia variedades lingüísticas auténticas (N = 7), lo que sugiere una coexistencia de discursos que deslegitiman ciertos hablantes mientras valoran formas lingüísticas consideradas auténticas. Por su parte, SC centra su discurso ideológico en la valoración de variedades lingüísticas más que de hablantes, con énfasis en juicios negativos sobre variedades no auténticas (N = 6) y juicios positivos sobre variedades auténticas (N = 4).

Una vez descrita la distribución de las ideologías lingüísticas a lo largo de cada uno de los conjuntos en el total del corpus y desglosadas por creadora de contenido, es necesario

identificar las características de los hablantes y las variedades lingüísticas hacia los que fueron dirigidas las ideologías lingüísticas, independientemente de cuales hayan los recursos semióticos movilizados para revelarlas; es decir, el siguiente análisis incluye tanto las ideologías lingüísticas manifestadas de manera verbal como aquellas manifestadas de manera no verbal o mixta.

Targets de juicios negativos

La mayor parte de las ideologías lingüísticas clasificadas como juicios negativos sobre la variedad lingüística se centraron en aspectos fonéticos y morfosintácticos que las creadoras de contenido asociaban a variedades lingüísticas que consideran no nativas o a la variedad de español de Estados Unidos. Tres de las ideologías lingüísticas identificadas en este conjunto se centraban en aspectos fonéticos como la pronunciación de los fonemas [r] o [θ] en lugar de la pronunciación no estigmatizadas de [r] (ejemplo en el segmento AS_1.2), la inserción del fonema [y] antes de la vocal [u] para la pronunciación de palabras como *usualmente* (ejemplo en el segmento CM_1.1) o la pronunciación de [t] en lugar de [t^h] en palabras como *take*, *time* o *try* (ejemplo en el segmento SC_8.2).

Asimismo, siete de las ideologías lingüísticas estaban relacionadas con la morfosintaxis propia de variedades de contacto con el inglés. Entre estas características se identificaron fallos en la concordancia de género gramatical entre pronombre y sustantivo, el uso de verbos conjugados con morfemas correspondientes a los pronombres de tercera persona para referirse a la primera persona y el uso de la forma reflexiva *irse* en el lugar de *ir* (ejemplos en los segmentos AS_7.1, 7.2, 7.4 y 7.6). A pesar de que se expresaron juicios de valor negativos hacia estos rasgos morfosintácticos por relacionarlos con variedades de contacto con el inglés, estos no aparecen como rasgos característicos del español de Estados Unidos (Escobar y Potowski, 2015; Otheguy y Stern, 2011). Las restantes ideologías lingüísticas asociadas con un rasgo

morfosintáctico se centraban en rechazar el uso de calcos sintácticos de la primera lengua (L1) al hablar en inglés (ejemplos en los segmentos SC_11.1, SC_11.2 y SC_14.1).

Además de ideologías expresadas a partir de la señalización de características fonéticas y morfosintácticas propias de las variedades lingüísticas ya mencionadas, también hubo dos instancias en las que se expresaba disgusto hacia variedades lingüísticas en su totalidad, dejando entrever una ideología monolítica de la lengua. Las variedades lingüísticas que fueron rechazadas por considerarse no auténticas fueron el español mexicano (ejemplo en segmento CM_11.1) y el inglés de los Estados Unidos (ejemplo en segmento SC_1.1, Figura 5).

Por último, tres de los videos expresaron ideologías lingüísticas sobre el bilingüismo y el monolingüismo. Tanto los juicios de valor en contra del bilingüismo (en los segmentos AS_4.1 y AS_13.1) como los juicios de valor contra el monolingüismo (en el segmento AS_5.4 y AS_5.5) buscaban mostrar una relación con la comunidad hispana, aunque en diferentes maneras. La ideología presente en 4.1 socia el bilingüismo con los miembros no auténticos de la comunidad hispana y de la sociedad estadounidense, apuntando a ideologías relacionadas con *languagelessness* (Rosa, 2016). En cambio, la ideología AS_13.1 únicamente se centraba en el fracaso escolar y la exclusión de la sociedad estadounidense de los hispanohablantes. Finalmente, en AS_5.4 identificaba a las personas monolingües angloparlantes como miembros no auténticos de la comunidad hispana. Considerando los ejemplos de ideologías lingüísticas frente al bilingüismo en Estados Unidos presentadas en el Capítulo 2 y en investigaciones como la de Kircher y Kutlu sobre ideologías lingüísticas del inglés-español en Twitter (2023), no es una sorpresa que la relación con el bilingüismo en los videos de AS presente todos estos matices.

Al desglosar los aspectos a partir de los cuales surgen los juicios negativos sobre variedades lingüísticas es importante señalar que todas las ideologías que aparecen en los videos

de AS son representaciones de comentarios que ella recibe de diferentes miembros de la comunidad con al que interactúa. Dentro de este conjunto, la única ideología que comunica sin actuar representando personajes de su comunidad (como su madre o amigos hispanohablantes) está relacionada con la pronunciación del fonema [r] (AS_1.2). El hecho de que AS atribuya juicios de valor negativo a otros personajes no necesariamente implica que ella haya adoptado estas ideologías como propias. Más bien, en siete de sus publicaciones se representa a sí misma reaccionando o resistiendo algunas de las ideologías mencionadas dentro de este conjunto. Por ejemplo, en un video con dos millones de reproducciones, 5,419 shares y 598 comentarios (AS_7), AS representa una conversación con un miembro hispanohablante de su familia. A lo largo del video, AS se representa a sí misma intentando compartir una anécdota y, a través de recursos como cambios de encuadre y de peinado, actúa las respuestas del familiar, quien se centra en corregir los elementos morfosintácticos ya mencionados (AS_7.1, 7.2, 7.4 y 7.6). Finalmente, AS pide que no la interrumpan y se lleva a cabo la siguiente interacción:

Extracto 1 (AS_7, sec: 20.64-25.53)

Familiar: ¿Por qué estás tan enojada conmigo?

AS: Mejor me queda callada

Familiar: Quedo

Al mirar únicamente la transcripción, las correcciones del familiar pueden considerarse un juicio negativo relacionado las variedades de contacto con el inglés, pero AS no revela las ideologías lingüísticas del personaje que la representa de manera verbal. La Figura 2 muestra cómo a las expresiones faciales y el movimiento de la mano en las imágenes 1 al 3 y 8 al 9 revelan su ideología frente a los hablantes de español mexicano, como sus familiares, con los que interactúa.

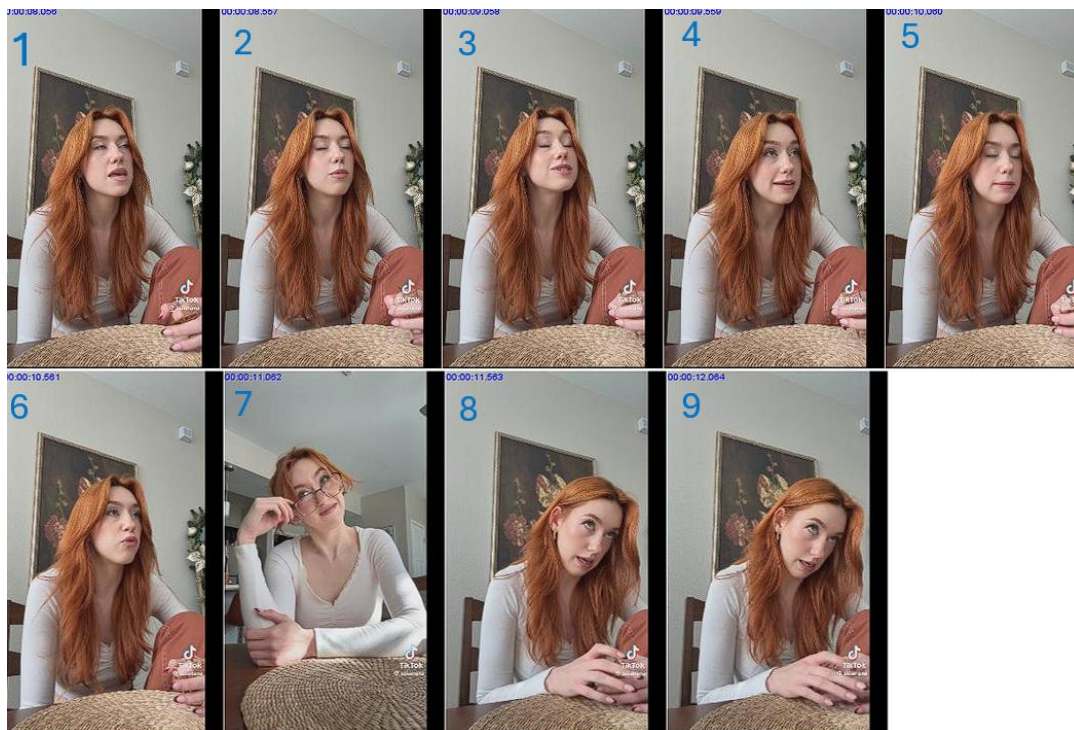


Figura 2. Hablantes del español mexicano y la sobrecorrección (AS_7.3)

En la Figura 2 se muestra que AS modifica su idiolecto para usar la variedad lingüística que exigen sus familiares al continuar su anécdota; sin embargo, la tensión en la mandíbula, las cejas levantadas y los ojos cerrados muestran desaprobación hacia los hablantes de español mexicano por prestar atención a las formas lingüísticas que usa por encima de su mensaje. En este sentido, los juicios negativos hacia variedades lingüísticas que no son consideradas auténticas en la comunidad de AS no necesariamente expresan las ideologías de SA; más bien, representan ideologías lingüísticas que ella identifica en su entorno y, por medio de sus videos, revela las maneras en las que sus propias ideologías se relacionan con las ideologías dominantes en su comunidad.

De manera similar, uno de los seguidores de CM dejó un comentario expresando el juicio negativo sobre el español mexicano a través de cuatro emojis avergonzados (🙄); sin embargo,

en este caso la creadora de contenido no se posiciona en contra de la ideología expresada en el comentario al incorporarlo a su video, sino que aprovecha la oportunidad para contrastar la variedad enseñada en las clases de lengua con el léxico de la variedad mexicana. Si bien el no haber directamente respondido a una ideología que no está expresada de manera verbal no implica estar de acuerdo con ella, promover la circulación un discurso que implícitamente le resta valor a una variedad lingüística sin abordar los sesgos racistas que ello implica, propicia que la ideología se disemine entre quienes consumen el contenido. A diferencia del video anterior, donde se incorporan comentarios sin abordar su carga ideológica, SC aprovecha los comentarios de sus usuarios para establecer vínculos entre las ideologías lingüísticas de sus seguidores y las propias. SC interactúa con aquellos comentarios de sus videos que revelan formas de pensar similares a la suya como un recurso para hacer énfasis en sus ideologías lingüísticas con respecto al bilingüismo y los calcos semánticos. Al citar comentarios que plantean preguntas relacionadas con el tema, SC moviliza el recurso del etiquetado de usuarios para mostrar que la preocupación por evitar estructuras calcadas del español no es solo suya, sugiriendo que muchos de los aprendientes hispanohablantes de inglés comparten la misma preocupación.

A diferencia de los juicios de valor centrados en la lengua, los juicios de valor negativos centrados en hablantes movilizaban distintos recursos semióticos para establecer una relación entre algún elemento identitario de un grupo de hablantes y alguna característica de tipo lingüístico. Incluso siendo la categoría con mayor número de instancias dentro del corpus, todos los juicios de valor negativos dirigidos a hablantes se atribuyeron a cuatro tipos de hablantes, independientemente de la característica a la que se atribuye esta falta de autenticidad. La Tabla 8

identifica los cuatro grupos de hablantes e indica las respectivas características lingüísticas que se vinculan con la falta de autenticidad.

Tabla 8.

Hablantes y características de juicios negativos no auténticos

Hablantes	Características
<i>Latinxs</i>	Tener dificultades para traducir entre el inglés y el español Tener dificultades para hacer inferencias basadas en el contexto comunicativo No hablar español Hablar variedades consideradas no estándar del español Tener dificultades al cursar clases de español
<i>Gringos</i>	Hablar español con acento no nativo Ser profesor de español como segunda lengua (L2) No comprender expresiones idiomáticas en español mexicano
<i>Personas bilingües</i>	Pronunciar la L2 con características no nativas No hablar la variedad considerada estándar Tener una entonación distinta en cada variedad No usar la L1 como recurso de aprendizaje Confundir palabras similares Cometer errores sintácticos
<i>Personas blancas</i>	Hablar español Enseñar español

Los cuatro grupos de hablantes que aparecen en la Tabla 8 tienen patrones marcados en cuanto a su distribución entre las tres creadoras de contenido. SC centra su discurso ideológico en las estrategias y fallos que puede cometer una persona al adquirir el inglés como L2, señalándolos como bilingües no auténticos. De manera similar, todas las instancias de ideologías dirigidas a los latinxs en Estados Unidos provenían de la misma creadora de contenido, SA. A diferencia de los juicios negativos basados en la variedad lingüística, donde la mayor parte de las ideologías lingüísticas manifestadas provenían de otros personajes, cuatro de las ideologías lingüísticas que centraban al hablante en los videos de AS se emitieron por la creadora de contenido. En

particular, las ideologías lingüísticas que se referían a hablar variedades consideradas no estándar del español o a tener dificultades para cursar clases de español.

CM mostró la mayor variedad de targets: gringos, personas bilingües y personas blancas. Una parte importante de las instancias en las que se cuestiona la autoridad lingüística de una persona blanca o gringa que se comunica en la variedad mexicana de español proviene de los comentarios de otros usuarios en sus videos o se le atribuyen a la comunidad mexicana e hispanohablante con la que interactúa en el entorno offline. Por ejemplo, la Figura 3 muestra un fragmento de un video con 30,300 reproducciones, 26 comentarios y 59 shares (CM_9) donde actúa los malentendidos que ha sufrido en México durante su proceso de aprendizaje de algunas expresiones pragmáticas empleadas en la variedad mexicana del español.

Tanto el texto en pantalla como el habla en el fragmento en la Figura 3 se limitan a mostrar el malentendido entre CM y su amigo; sin embargo, la postura de brazos cruzados y la transición al Math Lady Meme muestran la desaprobación hacia los gringos cuyo conocimiento del español no les permite interpretar expresiones frecuentes en la variedad mexicana. Además de identificar estas ideologías entre varios usuarios de TikTok y mostrar ejemplos de sus experiencias con estas ideologías en contextos offline, CM explícitamente expresa cuales de aquellas creencias comparte.

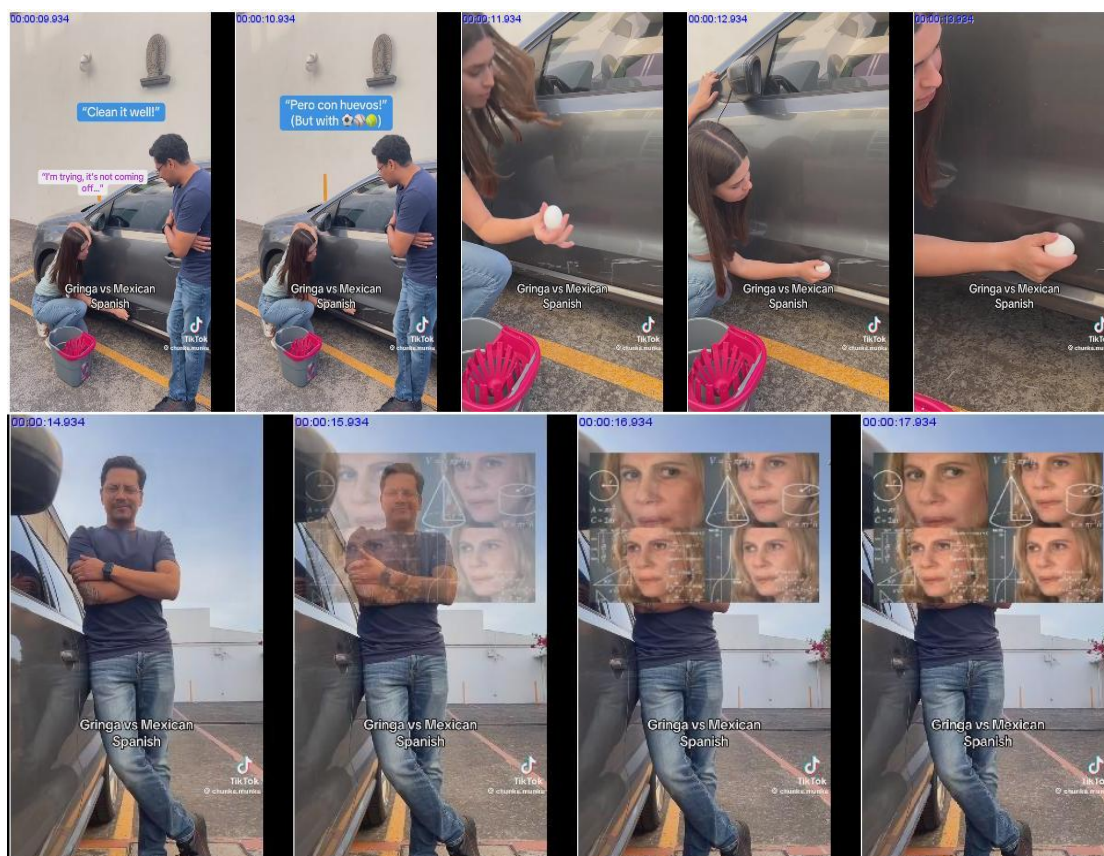


Figura 3.

Juicio no verbal (CM_9)

Extracto 2 (CM_13.2, min:sec: 1:13.22-1:20.00)

CM: Granted there are a lot of white Spanish teachers that really aren't that great at teaching the language and don't know it that well but that is not me.

CM emplea otros recursos semióticos para enfatizar su mensaje verbal. Sin embargo, en este extracto destaca el hecho de que comparta las mismas ideologías que la comunidad que la rodea, pero haga uso de diversos recursos semióticos para posicionarse como una excepción a los gringos y las personas blancas que considera miembros no auténticos de las comunidades hispanohablantes.

Targets en juicios positivos

Los targets de juicios positivos relacionados con variedades lingüísticas se centraron en casi los mismos aspectos que los juicios negativos, aunque en proporciones distintas. Cuatro de los juicios positivos se centraron en elementos fonéticos, entre ellos, la pronunciación del fonema [r] que AS considera una habilidad innata, la pronunciación de los fonemas [θ] y [ð] en las palabras *they*, *the*, *think*, y elementos prosódicos como la entonación o el ritmo de habla. Dos de los juicios positivos se centraron en la morfosintaxis, asociando el uso de una determinada estructura morfosintáctica con los hablantes nativos de las variedades consideradas estándar del inglés o del español. En cuatro de estos casos las creadoras no se limitaron a emitir juicios de valor positivos sobre estas características lingüísticas, sino que realzaron el valor de estas características lingüísticas con el objetivo de prescribir la forma lingüística mencionada. Los otros dos casos celebraban el elemento lingüístico del que hablaban en su video con el objetivo de posicionarse a sí mismas como miembros auténticos de la comunidad bilingüe por emplear esa misma la estructura al hablar. Por último, uno de los videos emitió juicios positivos sobre el léxico de la variedad mexicana, asociando el uso del *slang* a los mexicanos por indexar hispanohablantes auténticos. Puede parecer contradictorio que se le llame *slang* a la variedad mexicana pero el conjunto de recursos movilizados apunte a juicios positivos frente a la variedad; sin embargo, considerando que la participante que emitió el juicio CM, aprendió el español a través de la educación formal, esta aparente contradicción puede reflejar un desacuerdo entre el discurso dominante durante su proceso de aprendizaje de lenguas y las ideologías lingüísticas que la participante ha modificado durante su tiempo viviendo en México

Además de los juicios positivos centrados en elementos específicos de la lengua, cuatro de las ideologías lingüísticas expresadas se centraban en variedades lingüísticas nombradas en su

totalidad y tres en el bilingüismo. Quienes se centran en variedades lingüísticas celebran el español forma (entendido como una variedad considerada estándar), el inglés y el español mexicano. Por su parte, quienes emitieron juicios de valor positivos sobre el bilingüismo lo asociaban a una experiencia turística auténtica o celebraban los fallos como una parte importante del proceso de aprendizaje. Es importante señalar que el simple hecho de emitir juicios de valor sobre el bilingüismo en su totalidad, independientemente de las variedades que hable el individuo o de la forma en la que haga uso de sus recursos lingüísticos apunta que la creencia de que el bilingüismo es una única habilidad compuesta (Flores, 2013) circula entre las creadoras de contenido.

A diferencia de las ideologías lingüísticas que expresaban juicios negativos, ninguna de las que emitían juicios positivos sobre la lengua se atribuía a otros personajes, mostrando que las tres jóvenes están mucho más dispuestas a expresar aquello que consideran positivo sobre la lengua que aquello que les parece negativo, especialmente considerando que hubo una mayor cantidad de juicios negativos que de juicios positivos comunicados de manera no verbal. La mayor parte de las instancias de discurso ideológico identificadas en esta categoría aparecieron en videos de CM, cuyos principales targets fueron las variedades del español y la pronunciación. Únicamente dos de los juicios positivos sobre la lengua aparecieron en los videos de AS. Finalmente, SC incorpora targets de cuatro tipos: fonética, sintaxis, variedades lingüísticas en su totalidad y bilingüismo. A pesar de que construye su discurso ideológico haciendo referencia a distintos tipos de targets, en todas las instancias sus referencias a elementos lingüísticos tienen como objetivo valorar una variedad que ella considera nativa o del inglés que considera estándar, incluso al referirse a los errores y fallos como parte del proceso de aprendizaje de una persona bilingüe.

Extracto 3 (SC_2.1, sec.msec: 29.10 -39.27)

SC: No importa si te equivocas. No importa si tienes miedo a equivocarte, habla con miedo. Entre más pronto te equivoques al conversar, más pronto te corrigen y más rápido aprendes. Acuérdate que es normal y parte del proceso.

El Extracto 3 refleja la función que tienen los errores o fallos en el proceso de aprendizaje de lenguas para SC. Si bien los considera parte del proceso de aprendizaje, el énfasis en la corrección de estos errores apunta a una creencia de que existen estructuras lingüísticas correctas o incorrectas en lugar concebirlas como herramientas para la negociación de significado.

La mayor parte de los juicios positivos sobre hablantes giraban en torno al idiolecto de las mismas creadoras de contenido y sus identidades lingüísticas. En el caso de AS, estas ideologías aparecían al momento de reaccionar ante las ideologías lingüísticas que escuchaba dentro de su comunidad. Por ejemplo, ante la creencia de que la comunidad latinx tiene dificultades para traducir del español al inglés o cometer errores al hablar español, AS no contradice estas asociaciones sino las valida como propias de unos miembros auténticos de la comunidad latinx. En otras palabras, reconoce que su español tiene errores gramaticales (AS_3.1) y que no es capaz de traducir del español al inglés (AS_11.2) pero la movilización del modo corporal o el resto del discurso del video muestran que no emite un juicio negativo al respecto ni cataloga estas características lingüísticas como formas inauténticas de la comunidad latinx. Responder a las ideologías lingüísticas de su comunidad con estos juicios positivos es de particular importancia en el caso de esta creadora de contenido puesto que, incluso cuando se representa a sí misma en sus publicaciones, emplea distintos recursos semióticos para indicar que estas son experiencias comunes en la comunidad latinx. El caso de CM es similar, puesto que los dos juicios positivos que emite giran en torno a lo que ella hace como hablante del español o

como persona bilingüe. En una de las instancias adopta una estrategia similar a AS puesto que reconoce que, tal como se lo ha señalado su comunidad, su entonación cambia en una variedad y otra, pero en lugar de emitir un juicio negativo sobre esta característica de su idiolecto, la incorpora a aquello que considera auténtico en las personas bilingües. La única creadora de contenido que reveló juicios positivos sobre hablantes distintos a sí misma fue SC, quien toma a una cantante de pop estadounidense como modelo para imitar su pronunciación por asociarla con una manera clara de hablar.

Recursos multimodales para la construcción de ideologías lingüísticas

La mayor parte de los recursos multimodales movilizados en el corpus cumplían la función de enfatizar, ejemplificar o complementar lo que se comunicaba a través los recursos verbales. En particular, recursos como el uso de subtítulos y los movimientos de las manos mostraron una fuerte correlación con la movilización del recurso del habla ($r = 0.85$ y $r = 0.91$, respectivamente). Usualmente, estos recursos se empleaban en conjunto con el objetivo de enfatizar y hacer los videos accesibles a hablantes de variedades lingüísticas distintas a las que se movilizaban en el habla. Otros recursos verbales, como el texto en pantalla, también mostraron una alta correlación con recursos relacionados al lenguaje corporal como el movimiento de las manos ($r = 0.83$) y las expresiones faciales ($r = 0.82$) y con el modo auditivo, que incluye los efectos de sonido ($r = 0.85$) y la voz en off ($r = 0.88$). En el caso particular del texto en pantalla, el modo auditivo y los gestos cumplían la función de establecer una relación entre la interacción que mostraban los recursos verbales y las sensaciones que esta producía para las creadoras de contenido.

Ahora bien, al observar la proporción en la que se movilizan los distintos modos por tipo de ideología lingüística, es posible identificar algunas tendencias. La Figura 4 muestra el

porcentaje del tiempo total de movilización de cada modo según el tipo de ideología lingüística que se está comunicando.

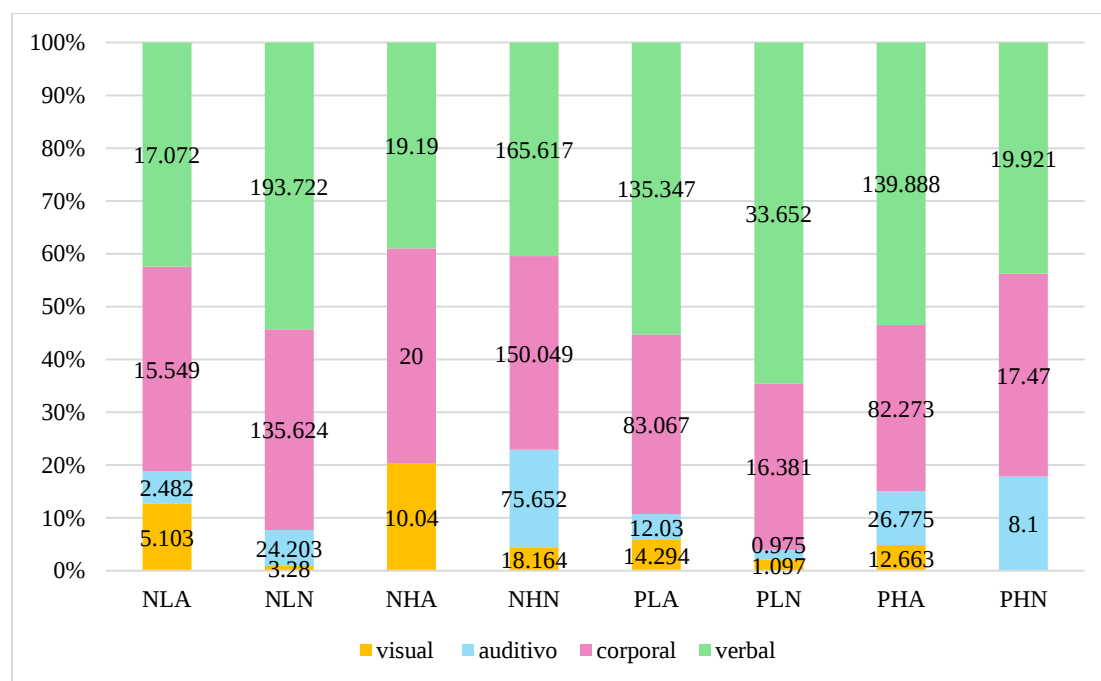


Figura 4. Proporción de modos movilizados por ideología

Tal como muestra la Figura 4, el modo que fue movilizado con más frecuencia fue el verbal, representando entre el 40 % y el 65 % del total de recursos utilizados en cada ideología. Este predominio es especialmente notorio entre la mayoría de las ideologías emitidas a través de juicios positivos (a excepción de aquellos que refieren a hablantes no auténticos), donde el modo verbal representa más del 60 % del total, desplazando considerablemente a los modos visual, corporal y auditivo. A excepción de los juicios de valor negativos sobre hablantes auténticos, donde el 60% de los recursos movilizados correspondieron al modo visual o corporal, todas las creadoras de contenido dependieron principalmente del modo verbal para comunicar sus ideologías. Asimismo, tanto en ideologías PNA como en juicios negativos sobre hablantes no

auténticos y variedades lingüísticas auténticas, el modo verbal sigue siendo el más frecuente, aunque su proporción se reduce, y el peso del modo corporal adquiere una mayor relevancia.

El hecho de que las ideologías lingüísticas que se apoyaron en la movilización de recursos no verbales en mayor proporción hayan girado en torno a juicios negativos de hablantes o centrados en aspectos de una variedad lingüística que las personas consideran que manifiesta una forma auténtica de autoridad lingüística se puede interpretar de dos formas. Por un lado, es posible que la mayor dependencia en la movilización de modos no verbales para este tipo de ideologías refleje una mayor necesidad de enfatizar aquello que se dice sobre estas creencias; por otro lado, puede ser que la movilización del audio, los gestos y lo visual sean el resultado de la construcción de estas ideologías de manera no explícita, evitando transmitirlos de manera verbal. De igual manera, es importante reconocer que incluso si se movilizan recursos verbales en el fragmento de un video donde aparece el discurso ideológico, esto no necesariamente quiere decir que la ideología lingüística se esté comunicando de manera verbal. En algunas instancias, el modo verbal cumplía la función de contextualizar una interacción que daba pie a que las personas en el video revelaran sus ideologías lingüísticas a través de otros modos multimodales o de ejemplificar ideologías lingüísticas transmitidas a través del modo auditivo o de los gestos. Al analizar la relación entre el tiempo en el que se moviliza cada uno de los recursos semióticos y el tiempo total que se manifiesta cada ideología y al observar en detalle algunas de las instancias de discurso ideológico identificadas en el corpus, es posible comenzar a identificar los roles de los distintos recursos semióticos en la construcción de las distintas ideologías lingüísticas. La Tabla 9 muestra el tiempo total, en segundos, durante el cual se manifiesta cada tipo de ideología, así como el tiempo durante el cual se movilizan los distintos recursos semióticos por tipo de ideología.

Por un lado, es interesante según la Tabla 9 notar que los recursos menos empleados fueron los efectos de sonido, las transiciones y los filtros, que no aparecieron dentro del corpus a pesar de que Willoughby (2025) los identificara como un recurso popular en TikTok. Las cifras sombreadas en la Tabla 9 señalan aquellos recursos empleados por una cantidad de tiempo particularmente alta o baja con relación al tiempo total durante el que se expresó el tipo de ideología se movilizó ese mismo recurso en un tipo de ideología distinto. Al observar el tipo de ideologías que movilizan la música, las ideologías referentes a una variedad lingüística movilizan este recurso mucho menos que las ideologías centradas en hablantes. Por ejemplo, los juicios negativos sobre variedades lingüísticas no auténticas, identificadas durante un total de 104.55 segundos, únicamente incorporan música durante un total de 3.34 segundos, un 3.1% de la duración total; en contraste, los juicios negativos sobre hablantes no auténticos, con una duración total similar (117.55 segundos) movizaron este mismo recurso semiótico durante un total de 46.41 segundos, o el 39.4% de la duración total de esa ideología en el corpus. Siendo que las principales *affordances* de la música son crear atmósfera y transmitir emociones, es posible que la ausencia de este recurso en las ideologías más ligadas a la lengua tenga que ver con el interés de mostrar objetividad al centrar elementos lingüísticos y no al hablante.

Tabla 9.

Tiempo de movilización de recursos semióticos por ideología (en segundos)

	NLA	NLN	NHA	NHN	PLA	PLN	PHA	PHN	Tot
Visual									
<i>encuadre</i>	5.10	3.28	10.04	12.86	14.29	1.10	12.06	0	58.73
<i>transición</i>	0	0	0	5.31	0	0	0.60	0	5.91
Auditivo									
<i>música</i>	2.48	3.34	0	46.41	12.03	0.98	26.78	4.05	96.07
<i>efectos</i>	0	0	0	1.45	0	0	0	0	1.45
<i>voz en off</i>	0	20.86	0	27.8	0	0	0	4.05	52.71
Corporal									

<i>cuerpo</i>	4.44	67.50	6.56	14.14	8.99	0	17.07	9.40	128.1
<i>manos</i>	5.22	41.78	4.09	52.34	53.43	13.43	30.17	4.02	204.48
<i>expresión</i>	5.89	26.35	9.35	53.31	20.64	2.95	35.04	4.05	157.58
Verbal									
<i>usuarios</i>	1.89	37.8	3.96	8.67	11.57	0	0	0	63.89
<i>texto</i>	5.42	24.58	0	49.98	22.25	3.85	6.21	5.73	118.02
<i>subtítulos</i>	1.89	41.56	4.52	35.07	29.93	9.22	64.16	9.67	196.02
<i>habla</i>	7.88	89.79	10.71	71.90	71.60	20.59	69.51	4.52	346.5
Tot	7.9	104.55	11.27	117.55	75.5	20.6	75.81	14.14	427.32

Nota: N (negativo), P (positivo); L (lengua), H (humano); A (auténtico), N (no auténtico). P. EJ. NHA (juicio negativo acerca de un ser humano considerado auténtico).

En el modo de los gestos aparece un patrón similar. Dentro de las ideologías enfocadas en los hablantes, el 45.35% de los juicios negativos de hablantes no auténticos (53.31 segundos de un total de 117.55) y el 46.22% de los juicios positivos sobre hablantes auténticos (35.04 segundos de un total de 75.81) movilizan el recurso de las expresiones faciales. Esto contrasta con las ideologías lingüísticas enfocadas en la variedad de la lengua, donde solamente el 25.2% y el 27.33% de los juicios negativos centrados en variedades lingüísticas no auténticas y de los juicios positivos sobre hablantes auténticos respectivamente movilizaron las expresiones faciales como recurso semiótico. Otro aspecto que resalta dentro de la Tabla 9 son los 67.5 segundos (de un total de 104.55) durante los que se moviliza el posicionamiento del cuerpo en los juicios negativos sobre hablantes no auténticos. Una de las *affordances* frecuentes

de este recurso dentro del corpus fue emular la postura de dos hablantes conversando. La alta movilización de este recurso muestra lo frecuente que fue la corrección de elementos lingüísticos en una conversación simulada, una vez más, resaltando el carácter prescriptivo adoptado en varias de las ideologías lingüísticas del corpus.

Finalmente, considerando el modo verbal, caben destacar dos aspectos. Por un lado, el tipo de ideología que mostró la mayor movilización del habla no fue aquella que mayor duración tenía dentro del corpus. Los juicios negativos sobre variedades lingüísticas no auténticas, que en

total tuvieron una duración de 104.55 segundos, movilizaron el habla el 85% del tiempo. Si bien no es sorpresa que se requiera del habla para realizar críticas sobre aspectos relacionados con las variedades lingüísticas, el hecho de que la mayor cantidad de uso del habla no haya aparecido en función a las ideologías lingüísticas de mayor duración en el corpus es evidencia de que algunas de las ideologías lingüísticas presentes en el corpus no se expresaron de manera explícita (es decir, verbal) por las creadoras de contenido, ya sea esto el producto de ciertos tabús entre los jóvenes o de la falta de consciencia metalingüística mencionada en capítulos anteriores (Kroskrity, 2003). Por otra parte, resalta el hecho de que el tiempo total de movilización de subtítulos (64.16 segundos) sea casi el mismo que el tiempo total en el que se moviliza el habla (69.51 segundos) para los juicios positivos relacionados con hablantes auténticos. Dado que, tal como se mencionó anteriormente, esta ideología lingüística fue particularmente frecuente en respuesta a juicios negativos relacionados con hablantes y variedades lingüísticas y apareció en el discurso donde las creadoras de contenido celebraban las características de sus idiolectos que eran criticadas por otros miembros de sus comunidades, no es sorpresa que el esfuerzo por incluir diversos tipos de competencias lingüísticas a través de subtítulos y *captions* se haya manifestado con mayor frecuencia en ideologías de este tipo.

Considerando que hubo varias instancias en las que se movilizaba el modo verbal con el objetivo de contextualizar o ejemplificar ideologías lingüísticas que principalmente se estaban comunicando por medio de modos no verbales, las siguientes secciones se centran en ilustrar instancias donde un análisis limitado al discurso lingüístico habría impedido identificar las ideologías lingüísticas de los videos.

Audio

Algunos videos del corpus complementaron mensajes de los recursos verbales con música; sin embargo, la mayor parte de los videos que movilizaban recursos auditivos seguían un formato similar. En varias ocasiones, para comunicar sus ideologías lingüísticas a través de este modo las creadoras de contenido tomaron la pista de audio de alguna publicación que se viralizó en TikTok, adaptándola para comunicar una sensación relacionada con las experiencias de cada usuario. Esta adaptación sucedía por medio de recursos distintos al habla como el texto en pantalla, el encuadre, los filtros, las expresiones faciales, etc. Algunas de las pistas empleadas para movilizar la voz en off en el corpus tienen una relación evidente con la lengua; sin embargo, las ideologías lingüísticas presentes en video del corpus no son las mismas que las del video original. Por ejemplo, SC usa la pista de audio de un video con más de medio millón de *likes* publicado por la cuenta @cecidengra donde se utiliza un filtro para reinterpretar un diálogo de la película de Disney, Tarzán:

“Okay, now repeat: water [wɔ:tə]. Water [wɔ:tə]. Garden [gɑ:d^n]. Garden [gɑ:d^n]. Lift. Elevator. What? Repeat. Car [kɑ:]. Car [kɑ:]. Harry Potter [həri pɔ:tə]. Harry Potter [həri pɔ:tə]. Niña, ¿Qué pasa? Pues, nada, que este tío es gilipollas, que le estoy enseñando un acento y directamente, mágicamente, aprende otro acento de la nada.” (Dengra, 2020, transcripción en IPA añadida)

Para contextualizar, el video original se burla del hecho de que en la película Tarzán habla una variedad estadounidense a pesar de que la única humana con la que se comunica habla una variedad británica. Al incorporar el audio del video de Dengra (2020) como una voz en off, SC cortó el video antes de la explicación sobre cómo enseñar un acento y adquirir otro. La Figura 5 muestra una serie de imágenes del video SC_1.

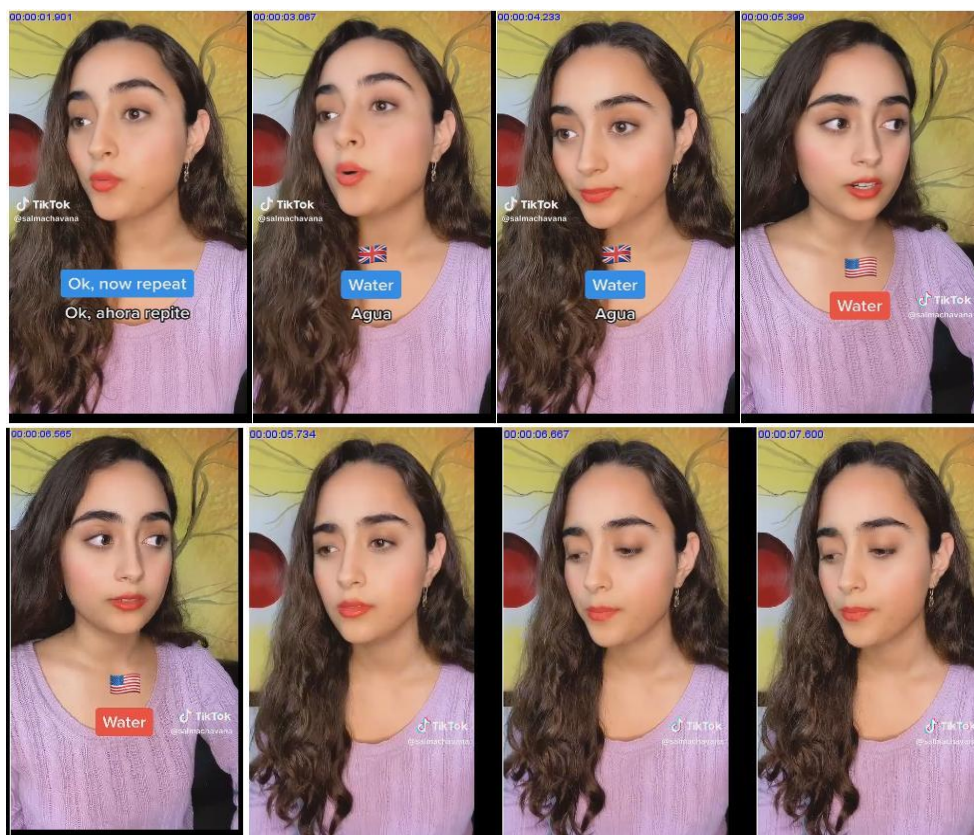


Figura 5. Resemiotización de voz en off de Dengra (2020)

La Figura 5 evidencia que el video de SC ya no trata sobre el doblaje de la película Tarzán en inglés. Al movilizar el texto en pantalla para incluir emojis de la bandera del Reino Unido y la estadounidense, la creadora de contenido muestra que asocia las variedades empleadas en la voz en off a estos dos países. Ahora bien, al mirar el posicionamiento del cuerpo resalta el hecho de que grabe dos perfiles distintos para simular una clase de lenguas en la que la hablante de la variedad británica tiene el papel de profesora e incluso de muestra más erguida que la hablante de la variedad estadounidense que refleja su rol de estudiante por medio de una postura un poco más relajada. Para reforzar la relación jerárquica que plantea a través de la simulación de una relación profesor-estudiante con la postura del cuerpo, las expresiones faciales de la hablante británica después de escuchar a la estudiante repetir parecen mostrar desaprobación al entrecerrar

los ojos y luego bajar la mirada. Si bien el video moviliza algunos recursos verbales como subtítulos y *captions*, estos recursos no presentan la carga ideológica, que surge en la reinterpretación de la pista del video de @cecidengra (2020) por medio de los emojis y los gestos.

Gestos

En la mayoría de los casos, este recurso se movilizó con dos principales objetivos, (1) mostrar la relación entre dos personajes en una interacción actuada y (2) hacer énfasis en aquello que se mencionaba en el modo verbal. No obstante, hubo un par de instancias en las que la movilización de los gestos cumplía la función de transmitir un mensaje que contrasta con lo que los recursos verbales comunican. En los casos de este tipo, es el mensaje transmitido por medio de este modo el que presenta la mayor carga ideológica. Por ejemplo, en el video de CM con 19,200 reproducciones, la creadora de contenido moviliza el habla, los subtítulos y *captions* con el objetivo de señalar diferencias entre lo que llama el español formal (es decir, un español estandarizado) y el *slang* mexicano.

Extracto 4. CM_2 (seg 0.00-22.90)

Formal Spanish versus mexican slang. No me importa. Me vale madre. Esa persona es muy molesta. Ese vato es bien castroso. Estoy muy cansada. Ando bien madreada. No lo puedo creer. No manches. Eso es muy interesante. Está bien chido.

La movilización del habla para presentar los ejemplos del extracto 4 en conjunto con subtítulos y *captions* que muestran la forma escrita y traducción al inglés de cada ejemplo parecen indicar que CM sostiene la creencia de que la variedad mexicana no es inteligible para quienes hablan español estandarizado. No obstante, el mensaje que transmiten los gestos y el tipo de música del video apuntan a una interpretación distinta. La Figura 6 muestra una serie de capturas del video (CM_2).

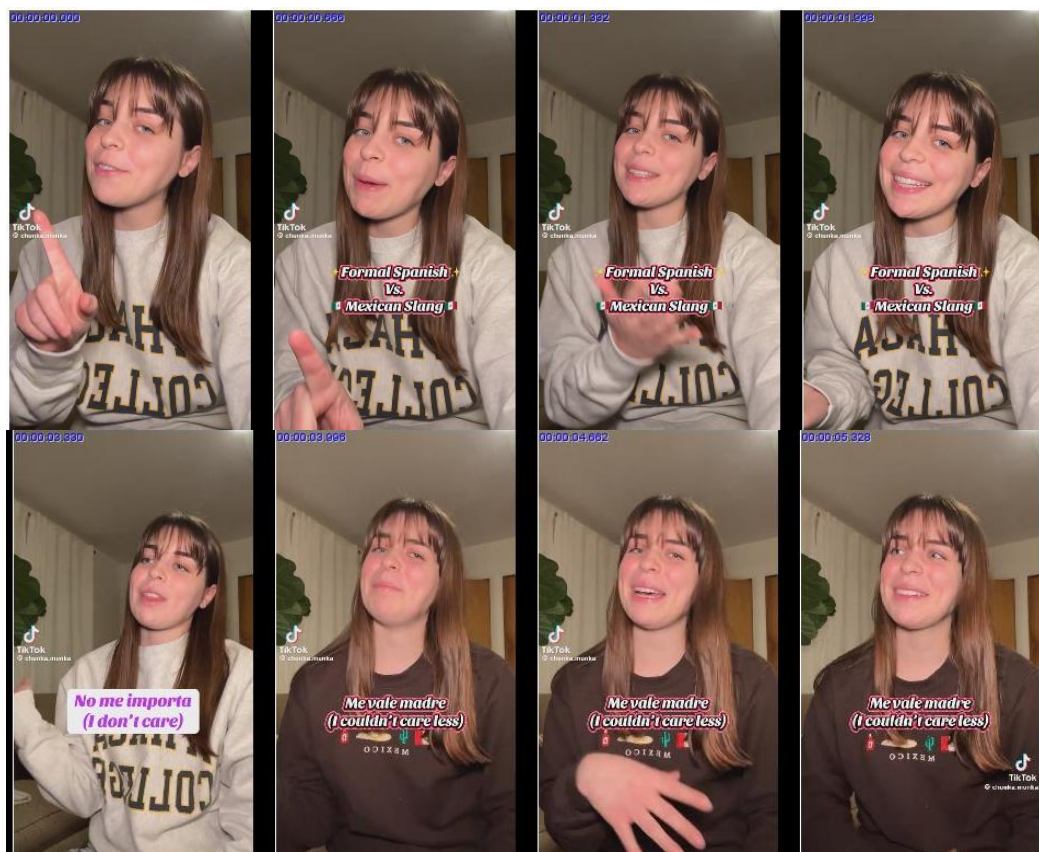


Figura 6. Ideología transmitida a través del modo auditivo y corporal (CM_2)

Cuando presenta los ejemplos del Extracto 4 CM incorpora música de mariachi, originaria de México, y cambia su ropa a una sudadera que dice MEXICO y tiene un sombrero, un cactus, una bandera y una salsa picante bordada. Si bien los elementos que incorpora para representar a México son estereotípicos, la combinación de estos recursos con una sonrisa al hablar de las frases que considera *slang* mexicano señalan que, desde su perspectiva, poseer recursos lingüísticos del español formal y del español mexicano la convierten en un miembro auténtico de la comunidad mexicana.

Capítulo 5: Discusión y conclusiones

Discusión

Las preguntas de investigación de esta tesina fueron (1) cuáles son las ideologías lingüísticas sobre el bilingüismo que los jóvenes mexicanos y estadounidenses expresan en TikTok y (2) qué recursos multimodales movilizan para comunicarlas. Este apartado tiene el objetivo responder las preguntas de investigación por medio de una interpretación de las observaciones sobre las ideologías lingüísticas y los recursos multimodales descritas en el capítulo anterior. Para ello, primero se discutirán algunas de las implicaciones de los diferentes tipos de ideologías utilizados para el etiquetado del corpus y posteriormente, se analizarán los *targets* de estos tipos de ideologías para establecer vínculos con la teoría presentada en el capítulo 1 y con los recursos multimodales movilizadas.

Los datos presentados en el Capítulo 4 evidencian que, en la publicaciones analizadas, los juicios positivos hacia la lengua son menores que los negativos, tanto en términos del número de instancias identificadas como de segundos totales dentro del corpus. Si bien a primera vista este dato puede aparecer prometedor, es importante recalcar que el hecho de que un juicio de valor sea positivo desde el punto de vista de quien lo emite no necesariamente implica que las consecuencias de ese discurso sean positivas. Por ejemplo, en un video con 50,300 reproducciones, SC emite el siguiente juicio de valor positivo sobre el inglés:

Extracto 5. (SC_6, segundo 30.35-49.17)

La gramática es más fácil de lo que te imaginas. La gramática del inglés es de las más fáciles de todos los idiomas porque la idea es que todo el mundo lo hable. Entonces está muy simplificado y coincide que hay muchas cosas similares al español.

Si bien para SC caracterizar el inglés como fácil, simplificado y diseñado para ser aprendido por todo el mundo es algo positivo, esta creencia puede implicar un sentido de exclusión entre estudiantes de inglés como lengua adicional para quienes hablar en esta variedad no es fácil. De

manera similar, mostrar actitudes negativas hacia hablantes que imponen su variedad lingüística a otras personas, como se muestra en el caso de AS (por ejemplo, en AS_7), no necesariamente tiene un impacto negativo dado que este tipo de discurso podría resultar en un cambio en la manera en la que la comunidad se aproxima a hablantes de variedades marginalizadas del español.

Dado que tanto los juicios negativos como los positivos pueden impactar negativamente a las comunidades de habla, y puesto que en el corpus del presente estudio los juicios positivos se verbalizaron con mayor frecuencia que los negativos (54.4% de los juicios positivos se verbalizaron y el 46.2% de los juicios negativos se verbalizaron), el uso de la perspectiva multimodal adquiere una importancia clave en el análisis, pues permite observar todos tipos de ideologías, verbales y no verbales, desde una perspectiva contextualizada e independientemente de si la persona que las comunica presenta una actitud positiva o no.

Otro factor que influye en cuán evidente es el impacto que tienen estas ideologías lingüísticas en los individuos es el elemento del bilingüismo en el que se centran los juicios de valor. El análisis del corpus mostró que una de las creadoras de contenido, AS, se inclina por centrar en sus juicios en hablantes mientras que otra de ellas, SC, se centra más en la variedad lingüística. Tal como argumenta la teoría de la indexicalidad, hacer referencia a una variedad lingüística no implica que las ideologías lingüísticas comunicadas recaigan sobre los hablantes de esa variedad. Más bien, el contraste entre las creadoras que se centran en las variedades y las que se centran en el hablante revela el grado al que están dispuestas a evidenciar la relación indexical entre el hablante y su lengua. Es decir, centrar los juicios de valor en la lengua en lugar del hablante no resulta en un discurso que evita excluir ciertos grupos de hablantes, sino que permite hacerlo de manera más sutil.

Estos distintos grados de sutileza se ven reflejados en los modos movilizados para comunicar ideologías lingüísticas centradas en el hablante. En todos los casos, para comunicar los tipos de ideología centradas en el hablante se movilizaron recursos no verbales en mayor proporción que los verbales. Por ejemplo, los juicios negativos sobre *hablantes* no auténticos emplearon una menor proporción de recursos verbales (40.44 %) que los juicios negativos sobre *variedades lingüísticas* no auténticas (54.4%). Esta relación entre ideologías centradas en el hablante y en la variedad lingüística se cumple en todos los pares de ideologías, es decir, al mirar pares de ideologías en los que la única diferencia entre ellas es si el juicio se centra en el hablante o la variedad lingüística (p.ej. juicios positivos sobre hablantes auténticos y juicios positivos sobre variedades auténticas), las ideologías centradas en el hablante siempre se apoyan de recursos verbales en menor proporción.

La clasificación de las ideologías según el tipo de juicio de valor emitido (positivo o negativo) y el elemento del bilingüismo (variación o hablante) permitió entender cómo se comunican estas distintas ideologías lingüísticas. Sin embargo, para poder determinar si estas ideologías pueden tener un impacto positivo en una determinada comunidad de hablantes o no, es necesario asociar los *targets* de estos juicios a los distintos tipos de ideologías lingüísticas identificados en la literatura. En los siguientes apartados se desglosan estas relaciones con el objetivo de responder a las dos preguntas de investigación del estudio. Es decir, primero, para describir las ideologías lingüísticas sobre el bilingüismo que los jóvenes expresan en TikTok, se relacionarán los datos del estudio con las ideologías de la lengua estándar, las ideologías monoglósicas y, por último, las ideologías del plurilingüismo. Segundo, con el objetivo de señalar los recursos multimodales empleados para expresar dichas ideologías, se indicarán los recursos movilizados en el corpus en función a los grupos de ideologías definidos en el Capítulo

2, prestando especial atención a aquellas ideologías que se expresaron principal o exclusivamente por medio de recursos no verbales.

Ideologías de lengua estándar en TikTok

Tal como se menciona en el Capítulo 5, muchos de los juicios centrados en la variedad lingüística tenían como *target* aspectos fonológicos y sintácticos de la lengua. Estos *targets* no aparecen en este corpus exclusivamente asociados a ideologías de lengua estándar; no obstante, se mencionaron para comunicar ideologías que privilegiaban variedades estándar, por ejemplo, cuando su mención tenía por objeto prescribir una determinada pronunciación o el uso de ciertas estructuras morfosintácticas por ser empleadas por hablantes de variedades prestigiosas, como hicieron AS (N=5) y SC (N=2). Dada la naturaleza de estos *targets*, no sorprende que en estas instancias predominaran los recursos verbales para la expresión de dichas ideologías, acompañados del lenguaje corporal con fines enfáticos.

En varias instancias (N=7), el *target* del juicio de valor expresado era una variedad lingüística en su totalidad. Este tipo de generalización al expresar una ideología lingüística está asociado con dos diferentes tipos de ideologías de la lengua estándar: *una lengua, una nación* y *purismo lingüístico*. Las ideologías de *una lengua, una nación* (N=6), que apuntan a la creencia de que las variedades lingüísticas habladas por los habitantes de una nación pueden estandarizarse para formar una variedad monolítica asociada a ese país. Estas ideologías se comunicaron principalmente en videos de SC y CM. Dentro de este grupo, 3 se comunicaron a partir de una combinación de habla y el uso de banderas de la nación con la que se asociaba la variedad lingüística. Es decir, el habla se empleó para hacer referencia a las variedades, pero la asociación con una nación ocurrió de manera no verbal.

Por otro lado, también se encontraron cinco instancias de las ideologías del *purismo lingüístico*. Una de ellas, únicamente mediante el lenguaje corporal y recursos auditivos (detallado en el ejemplo SC_1 de la Figura 5), destacaba la supuesta deformación de la variedad del inglés estadounidense frente a la británica. Otra creaba distancia entre el español formal (entendido como aquel español que se considera estándar) y el *slang* mexicano empleando recursos verbales para nombrarlas, identificarlas como variedades separadas y jerarquizarlas. Finalmente, 3 instancias de ideologías del purismo lingüístico se centraban en diferenciar la variedad promovida en la escuela y aquella hablada por los latinxs. En estos casos, se movilizaron diferentes modos comunicativos de manera balanceada, aunque con una mayor dependencia del modo verbal para comunicar esta distinción. Estas tres ideologías aparecieron en los videos de AS cuando ella se representaba a sí misma, lo que revela que ha adoptado dicha ideología, aunque la misma ideología también aparece reflejada en mensajes que recibe de otros usuarios y que comenta en sus videos. Cabe destacar que la presencia de ideologías de purismo lingüístico entre hispanohablantes en Estados Unidos coincide con los resultados de otras investigaciones de redes sociales centradas en ideologías lingüísticas en comunidades hispanas de Estados Unidos (Christiansen, 2018; Kircher y Kutlu, 2023).

En resumen, las ideologías de lengua estándar que aparecen en el corpus se distribuyen de forma equitativa entre las creadoras de contenido. Asimismo, estas ideologías mostraron una mayor dependencia del modo verbal, revelando que las tres creadoras de contenido están dispuestas a verbalizarlas de manera explícita.

Ideologías monoglósicas en TikTok

Al igual que las ideologías de la lengua estándar, varias de las ideologías que se expresaban con targets asociados a elementos fonéticos y sintácticos comunicaban ideologías monoglósicas. En

particular, los videos relacionados con las ideologías monoglósicas buscaban evitar errores, fallos o usos de la lengua que las creadoras de contenido asociaban con hablantes no nativos. La creadora de contenido que presentó más instancias de targets de este tipo fue SC (N=5), seguida por AS (N=3) y CM (N=1). Al igual que en el caso de las ideologías de lengua estándar con targets fonéticos y sintácticos, la comunicación de estas ideologías dependía de recursos verbales con el fin de hacer referencia a los elementos de la lengua.

La preocupación de las tres creadoras de contenido por evitar las características fonéticas y sintácticas que estaban asociadas al habla no nativa dentro del corpus puede estar ligada a los modelos de educación bilingüe que tienen como objetivo desarrollar en los estudiantes la competencia de un hablante monocultural y monolingüe (Flores y Baetens Beardsmore, 2017; García, 2011). De ahí que SC, que aprendió la lengua en una escuela bilingüe en México (un contexto de bilingüismo de élite), sea quien presente el mayor número de instancias. Sin embargo, CM, cuyos videos presentaron el menor número de instancias, estudió español en la escuela en Estados Unidos por 10 años antes de empezar la universidad y también proviene de un contexto de bilingüismo de élite. Esta diferencia puede deberse a que, en contraste con el contexto estadounidense donde las variedades del español consideradas nativas cuentan con poco prestigio, en México, las variedades que se consideran nativas del inglés norteamericano indexan un mayor estatus social (Christiansen, 2024).

Otras de las ideologías monoglósicas que aparecieron con una frecuencia significativa en el corpus fueron ideologías de *la lengua materna*, particularmente la idea de que las personas solo deben hablar la lengua nombrada asociada a su país de origen. Este tipo de ideologías apareció acompañado de ideologías de *purismo lingüístico*. En el corpus, estas ideologías aparecían únicamente en videos de AS, quien movilizaba predominantemente el modo auditivo y

corporal para comunicar su discurso ideológico. Esto no se debe a que el recurso del habla se haya movilizado menos para presentar estas ideologías, sino al hecho de que, cuando este recurso se movilizaba, el objetivo principal era representar una situación a partir de la cual era posible visibilizar las ideologías lingüísticas de su comunidad. Por ejemplo, cuando se incorporaba la voz en off de un video de otro usuario de TikTok, el texto en pantalla contextualizaba la pista de audio a las experiencias de la creadora de contenido, quien comunicaba su ideología a través del modo corporal (ejemplo en AS_9.1)

Dentro de la categoría que combina ideologías de lengua materna y purismo lingüístico, se movilizaron recursos como el encuadre y el posicionamiento corporal para señalar distintos personajes de la comunidad hispanohablante que expresaban sus ideologías (p. ej., AS_6 [Figura 1] y AS_7 [Figura 2]). Asimismo, otro grupo de videos de AS (N=3) movilizaba la música y la voz en off para expresar emociones asociadas a ideologías de lengua materna y de purismo lingüístico, presentadas con recursos verbales. La mayor parte de estas ideologías monoglósicas eran emitidas por personajes que AS representaba en sus videos, interactuando con ellos para resistir ante estas ideologías y mostrar las ideologías dominantes a las que está sujeta la comunidad latinx. Si bien mostrar estas ideologías lingüísticas con el objetivo de criticarlas puede tener un impacto positivo para los hispanohablantes en los Estados Unidos, al exhibir estas críticas por medio de modos no verbales, principalmente, la posibilidad de que pasen desapercibidas es mayor.

En resumen, las ideologías monoglósicas aparecieron con mayor frecuencia en los videos de SC, quien se centraba en promover variedades lingüísticas que ella asociaba a hablantes monolingües, y en los videos de AS, quien se centró en resistir a ideologías de lengua materna y purismo lingüístico. Mientras que la promoción de variedades lingüísticas monolingües se llevó

a cabo de manera predominantemente verbal, la resistencia a ideologías de lengua materna y purismo lingüístico se comunicó con una mayor proporción de modos no verbales.

Ideologías del plurilingüismo en TikTok

Todas las ideologías del plurilingüismo presentes en el corpus se enfocaron en ideologías de anonimato o autenticidad (Woolard, 2007) que son diferentes ideologías por medio de las cuales se commodifica la lengua. En particular, el foco de atención eran los elementos de la lengua y las variedades lingüísticas que resultan en que al discurso de un hablante se le otorgue la cualidad de autenticidad o anonimato. A diferencia de las ideologías de lengua estándar y monoglósicas, que se refieren a las creencias sobre el perfil lingüístico que debe tener una persona para poder desarrollarse en contextos monolingües, las ideologías del plurilingüismo en el corpus giraban en torno a las cualidades que una persona bilingüe puede adoptar o *comprar* al hablar una determinada variedad lingüística.

La mayor parte del discurso ideológico en los videos del corpus abordaba la ideología de autenticidad; es decir, la creencia de que un discurso puede considerarse auténtico si el hablante incorpora las características lingüísticas de una determinada comunidad en su discurso. En específico, las ideologías lingüísticas presentes en el corpus mostraban posturas diversas respecto a si las personas que no se identifican étnicamente con la identidad latinx son miembros auténticos de la comunidad hispana por aprender alguna variedad lingüística del español. La mayoría de estas ideologías lingüísticas que se expresaban verbalmente rechazaban la posibilidad de que hablar español permitiera a las personas blancas y a gringos adoptar una identidad hispana auténtica. Una de las instancias de este discurso apareció dentro de un video de AS y el resto (N=6) en videos de CM. Dentro de los videos de CM que presentaban discurso de este tipo, una de las instancias expresaba la ideología a través de modos no verbales, mientras que en los

demás casos la ideología se comunicaba a través del recurso de etiquetado de usuarios (N=3), indicando que había sido expresada por alguien distinto a la creadora de contenido. En estas tres instancias, CM expresó estar de acuerdo con estos usuarios y criticó verbalmente a quienes consideran que hablar español otorga autoridad lingüística a las personas blancas y a los gringos frente a la cultura hispana (ejemplo en Extracto 3). A pesar de comunicar esta ideología con el modo verbal en algunos de sus videos, otro de los videos muestra que CM moviliza el recurso auditivo y corporal para asociarse con una identidad auténtica hispana (ejemplo en Figura 6).

Conclusiones

Los resultados de este estudio muestran que las ideologías lingüísticas comunicadas en TikTok entre los jóvenes mexicanos y estadounidenses varían en función del contexto sociolingüístico de los hablantes. Sin embargo, existen patrones en común en cuanto a los recursos multimodales que se movilizan para comunicar los distintos tipos de ideologías. Las ideologías lingüísticas que suelen expresarse de manera no verbal corresponden a aquellas que se comunican a través de juicios negativos, centran el discurso ideológico en el hablante, o presentan ideologías que van en contra de las ideologías lingüísticas dominantes de un contexto. SC, quien aprendió inglés en México, fue quien presentó una mayor cantidad de ideologías centradas en la lengua y correspondientes al grupo de ideologías de lengua estándar. CM, quien aprendió español en Estados Unidos, presentó una distribución balanceada entre comunicar juicios positivos sobre la lengua y juicios negativos sobre hablantes y a través de ello comunicó posturas contradictorias frente a la comodificación del español. AS, que es mexicana-americana de segunda generación, comunicó principalmente juicios negativos sobre variedades lingüísticas para, a través de ello, resistir a las ideologías dominantes a las que está expuesta su comunidad.

Más allá de contribuir al estudio de las ideologías lingüística en redes sociales y a los análisis multimodales, los resultados de este estudio tienen también implicaciones importantes que pueden informar cómo se incorporan los textos provenientes de las redes sociales en la enseñanza de lenguas.

En primer lugar, cabe destacar que las creadoras de contenido que provenían de un entorno de bilingüismo de élite manifestaron más instancias de ideologías de la lengua estándar y de la commodificación de la lengua. En contraste, la participante que se desarrolló en Estados Unidos, donde el bilingüismo de las minorías étnicas no es bien valorado, centró su discurso ideológico en las ideologías monoglósicas. Esta diferencia, aunque sutil, sugiere que los contextos sociolingüísticos offline pueden influir en las formas en que se articulan y reproducen las ideologías lingüísticas en línea. Esto puede ser un factor para considerar al momento de diseñar actividades pedagógicas que dependan de intercambios multilingües y transnacionales en contextos online.

La segunda implicación de estos datos deriva de la forma en la que se combinan los recursos semióticos para la construcción de ideologías lingüísticas en TikTok. Al observar que las ideologías que con mayor frecuencia se expresan de forma no verbal son aquellas que emiten juicios negativos, se centran en el hablante o cuestionan las ideologías dominantes de un contexto, se hace evidente la necesidad de desarrollar espacios pedagógicos que aborden también estos modos de expresión. Planear e implementar currículos de lenguas que aborden el tema de las ideologías lingüísticas desde una perspectiva multimodal es crucial para brindar a los estudiantes las herramientas necesarias que les permitan interactuar de manera crítica y consciente en estos entornos digitales.

Este estudio, como cualquier otro, presenta también algunas limitaciones que constituyen posibilidades para investigaciones futuras. En primer lugar, la reducida cantidad de participantes focales, si bien es una característica común en un análisis multimodal, no permite realizar generalizaciones a partir de los resultados obtenidos. Futuros estudios deberían complementar este corpus con datos de otros participantes, prestando atención sobre todo a que estén representados usuarios de diversas identidades raciales, género y clases sociales. Por otra parte, el análisis realizado en esta tesina no es que el punto de partida, puesto que el corpus ofrece numerosas posibilidades de análisis, entre ellas, las instancias en las que cada modo se moviliza para comunicar ideologías lingüísticas y las instancias en las que se moviliza para contextualizar o enfatizar únicamente, o explorar la respuesta de los usuarios de TikTok a las ideologías lingüísticas que se comunican en estos videos.

Apéndices

AS_1.1 (habla)

Honey, it's like breathing. I've just always been able to do it. It's not something you think about. You just when you have to [r], you know? Corre. Erre. Perro. I don't know how I do it,

AS_1.2 (habla)

but I can tell you what a lot of people are doing wrong. If you're saying pero when you mean to say perro, don't put your tongue past your teeth. This is not what they're going for.

AS_3.1 (habla)

y obviamente voy a decir las cosas en los dos idiomas. So I'm sorry if I mess up. I didn't have a lot of Latino friends growing up, because I had to constantly prove my latinidad to them. But I feel like since starting tick tock, I found this community of Latinos who felt the same. Y ahora, me siento como si tengo millones de amigos que son parte de la comunidad Latino.[Es]toy orgullosa y tambien agradecida por eso.

AS_3.2 (habla)

ustedes me dieron la confianza por hablar mas en Español con mis errores. Ya saben

AS_4 (texto en pantalla)

00:00.00-00:02.95: "can you teach me Spanish" I ask my mom

00:03.6-00:04.8: "no, you'll fall behind in school"

00:04.98-00:07.00: said my mom who makes fun of my spanish now

AS_5 (habla)

AS: Me pasas esa pluma, por favor.

Hispanohablante: Claro.

AS: Gracias.

Hispanohablante (AS_5.1): ¿Sabes que tienes un acento my gringa?

AS: ¿Okay? ¿y?

Hispanohablante: Que no tienes que hablar español si no te sientes cómodo.

AS (AS_5.2): ¿Piensas que no estoy cómoda por mi acento? ¿En serio?

Hispanohablante(AS_5.3): Pues sí, es que algunas palabras suenan raras. Dijiste esa frase mal,

AS: ¿Y qué harías si no puedo hablar ningún palabra en español?

Hispanohablante: (AS_5.4) Dijiste esa frase mal,(AS_5.5)pero no saber nada es peor.

AS: ¡Por eso estoy practicando, güey!

Hispanohablante: [Es]perate ¿ dijiste güey? Sí sabes español, güey.

AS_7 (transcript del video completo)

AS: Mira, ayer me fui a este restaurante.

Familiar: No es "me fui."

AS: Ok. Fui a este restaurante. Y como tú sabe.

Familiar: "Sabes", "como tú sabes."

AS: Como tú sabes, evitó f--- ir al... restaurante donde trabaja él.

Familiar: Ándale, ¿qué más?

AS: Bueno, la transfirieron.

Familiar: Lo.

AS: ¡Por el amor de Dios, déjame terminar mi oración!

Familiar: ¿Por qué estás tan enojado conmigo?

AS: Mejor me queda callada.

Familiar: Quedo.

AS_9.1:

Voz off: Thank you. Enjoy your day. You too, Papi. You too, Papi? What you trying to get into?

Texto en pantalla: when my gringo bf refers to me “nena” instead of “babe”
(posicionamiento del cuerpo, movimiento de las manos)



AS_11.2 (expresiones faciales y texto en pantalla)

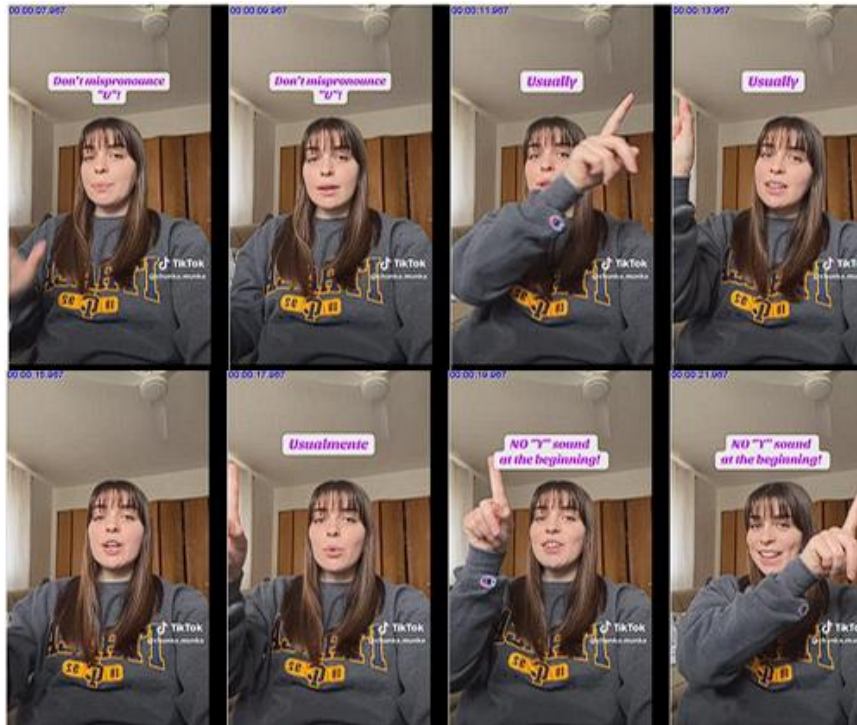


AS_13 (habla)

Pues, mijita, I don't want you to fall behind in school or get made fun of.

CM_1.1 (habla, texto en pantalla y movimiento de las manos)

Four tips to improve your Spanish speaking skills. Number one, learn your vowel sounds. A, E, I, O, U. People mispronounce the U a lot. In English, when we say the word usually, we kind of put a Y at the beginning, usually. In Spanish, this word is usualmente, usualmente, not usualmente.



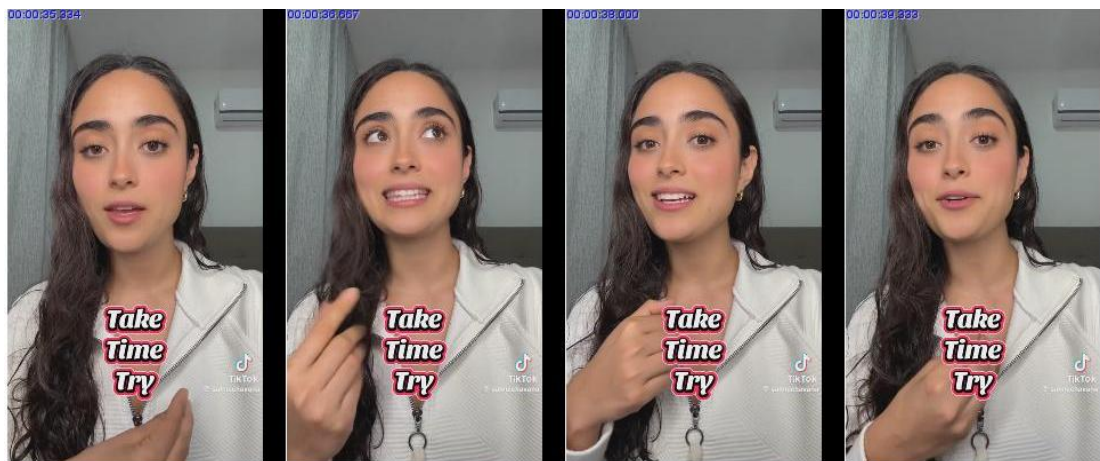
CM_11.1 (etiquetado de usuarios)

Replying to @erick_m04 10: Mexican Spanish 🤔 🤔 🤔 🤔

SC_8.2

Habla- No es un time [taim], es un time[t^haim]

Texto en pantalla y movimiento de la mano-



SC_11.1

Etiquetado de usuario- Replying to @ 🦨 skunk 🦨 cómo hago para no traducir literalmente todo lo del inglés a español?

Habla- ¿Cómo dejar de traducir todo literalmente de español a inglés y entonces que el inglés te quede raro?

SC_11.2 (habla)

básicamente tienes que aprender el inglés o el idioma que estés aprendiendo como la verdad absoluta. Eso que tú aprendas es la verdad absoluta y de ahí vas a traducirlo a un español incorrecto.

SC_14.1 (texto en pantalla y expresiones faciales)



Referencias

- Adami, E. (2016). Multimodality En O. García, N. Flores, y M. Spotti, Eds., *The Oxford Handbook of Language and Society Vol. 1*(pp. 452-472). Oxford University Press.
<https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190212896.013.23>
- Agha, A. (2005). Voice, Footing, Enregisterment. *Journal of Linguistic Anthropology*, 15(1), 38–59. <https://doi.org/10.1525/jlin.2005.15.1.38>
- Ajsic, A., y McGroarty, M. (2015). Mapping Language Ideologies. In F. M. Hult y D. C. Johnson (Eds.), *Research Methods in Language Policy and Planning* (1st ed., pp. 181–192). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118340349.ch16>
- Alvarado Pavez, G. E. (2020). Ideologías lingüísticas del español en comunidades y páginas de Facebook: Políticas de lengua e identidad social en Chile contemporáneo. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales* 30(2), 265–281. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n31a13>
- Androutsopoulos, J. (2010). Localizing the Global on the Participatory Web. In N. Coupland (Ed.), *The Handbook of Language and Globalization* (1st ed., pp. 201–231). Wiley.
<https://doi.org/10.1002/9781444324068.ch9>
- Androutsopoulos, J. (2021a). Investigating digital language/media practices, awareness, and pedagogy: Introduction. *Linguistics and Education*, 62, 100872.
<https://doi.org/10.1016/j.linged.2020.100872>
- Androutsopoulos, J. (2021b). Polymedia in interaction. *Pragmatics and Society*, 12(5), 707–724.
<https://doi.org/10.1075/ps.21069.int>
- Baron, N. S. (2002). *Alphabet to Email: How Written English Evolved and Where It's Heading* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203194317>

Brown, Josh. 2023. TikTok Hashtag Communities. Available online:

<https://github.com/joshib283/TikTokHashtagCommunities> (último acceso 15 de abril, 2025).

Callesano, S. (2023). Mediated Bricolage and the Sociolinguistic Co-Construction of No Sabo Kids. *Languages*, 8(3), 206 1-18. <https://doi.org/10.3390/languages8030206>

Christiansen, M. S. (2017). Creating a Unique Transnational Place: Deterritorialized Discourse and the Blending of Time and Space in Online Social Media. *Written Communication*, 34(2), 135–164. <https://doi.org/10.1177/0741088317693996>

Christiansen, M. S. (2018). ‘¡Hable Bien M’ijo o Gringo o Mx!’: Language ideologies in the digital communication practices of transnational Mexican bilinguals. *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism*, 21(4), 439–450. <https://doi.org/10.1080/13670050.2016.1181603>

Christiansen, M. S. (2024). “Pochas sin identidad”: Raciolinguistic ideologies in the construction of mexicanidad in online spaces. *International Multilingual Research Journal*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/19313152.2024.2342726>

Crystal, D. (2004). *A glossary of netspeak and textspeak*. Edinburgh University Press.

Del Valle, J. (Ed.). (2007). *La lengua, ¿patria común?* Vervuert.

Dengra, C. [@cecidengra]. (2020, 15 septiembre). Tarzán en inglés es así de verosímil 🤪 No hate por el inglés, no es mi lengua materna! Ya SE que tengo los labios secos me pasa siempre 😭 #disney #tarzan [Video]. *TikTok*.

<https://www.TikTok.com/@cecidengra/video/6865219686427102469>

- Dickinson, K. V. (2023). What Does It Meme? English–Spanish Codeswitching and Enregisterment in Virtual Social Space. *Languages*, 8(4), 231.
<https://doi.org/10.3390/languages8040231>
- Duchêne, A., y Heller, M. (Eds.). (2012). *Language in late capitalism: Pride and profit*. Routledge.
- ELAN (Version 6.9) [software de computadora]. (2024). Nijmegen: Max Planck Institute for Psycholinguistics, The Language Archive. Retrieved from <https://archive.mpi.nl/tla/elan>
- Escobar, A. M., y Potowski, K. (2015). *El español de los Estados Unidos*. Cambridge University Press.
- Fernández-Mallat, V., y Carey, M. (2017). A matched-guise study on L2, heritage, and native Spanish speakers' attitudes to Spanish in the State of Washington. *Sociolinguistic Studies*, 11(1), 175–198. <https://doi.org/10.1558/sols.30856>
- Flores, N. (2013). The Unexamined Relationship Between Neoliberalism and Plurilingualism: A Cautionary Tale. *TESOL Quarterly*, 47(3), 500–520. <https://doi.org/10.1002/tesq.114>
- Flores, N., y Baetens Beardsmore, H. (2017). Programs and Structures in Bilingual and Multilingual Education. In W. E. Wright, S. Boun, y O. García (Eds.), *The handbook of bilingual and multilingual education*. Wiley Blackwell.
- García, O. (2011). *Bilingual Education in the 21st Century: A Global Perspective*. John Wiley y Sons.
- Halliday, M. A. K. (1978). *Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning*. Edward Arnold.

- Herring, S. C. (2004). Slouching Toward the Ordinary: Current Trends in Computer-Mediated Communication. *New Media y Society*, 6(1), 26–36.
<https://doi.org/10.1177/1461444804039906>
- Herring, S. C. (2007). A Faceted Classification Scheme for Computer-Mediated Discourse. *Language@internet*, 4(article 1).
<https://web.archive.org/web/20240205183941/https://www.languageatinternet.org/articles/2007/761>
- Hill, J. H. (1985). The grammar of consciousness and the consciousness of grammar. *American Ethnologist*, 12(4), 725–737. <https://doi.org/10.1525/ae.1985.12.4.02a00080>
- Irvine, J. T. (1989). when talk isn't cheap: Language and political economy. *American Ethnologist*, 16(2), 248–267. <https://doi.org/10.1525/ae.1989.16.2.02a00040>
- Jewitt, C. (Ed.). (2017). *The Routledge handbook of multimodal analysis* (Second edition, first published in paperback). Routledge, Taylor y Francis Group.
- Kircher, R., y Kutlu, E. (2023). Multilingual Realities, Monolingual Ideologies: Social Media Representations of Spanish as a Heritage Language in the United States. *Applied Linguistics*, 44(6), 1077–1099. <https://doi.org/10.1093/applin/amac076>
- Kroskrity, P. V. (Ed.). (2003). *Regimes of language: Ideologies, politics, and identities* (2nd paper). School of American Research Pr. [u.a.].
- Lacorte, M., Gironzetti, E., y Canaval-Torres, E. (2020). Teaching Spanish as a Heritage Language in Northeastern United States: Washington DC, Maryland, and Virginia. In F. Salgado Robles y E. Lamboy (Eds.), *Spanish across Domains in the United States: Education, Public Space, and Social Media*. BRILL.
<https://doi.org/10.1163/9789004433236>

- Lippi-Green, R. (2012). *English with an accent: Language, ideology and discrimination in the United States* (2nd ed). Routledge.
- MacGregor-Mendoza, P., y Moreno, G. (2020). *Spanish across Domains in the United States: Education, Public Space, and Social Media* (F. Salgado Robles y E. Lamboy, Eds.). BRILL. <https://doi.org/10.1163/9789004433236>
- Matachana López, C., y Narváez Burbano, D. (2022). “10 palabras en español que has estado diciendo mal”: Ideologías lingüísticas sobre el español en los Estados Unidos presentes en YouTube. *Hispania*, 105(2), 195–212. <https://doi.org/10.1353/hpn.2022.0032>
- Mendoza-Denton, N. (2016). Norteño and Sureño Gangs, Hip Hop, and Ethnicity on YouTube. In H. S. Alim, J. R. Rickford, y A. F. Ball (Eds.), *Raciolinguistics* (pp. 135–150). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780190625696.003.0008>
- Microsoft Corporation. (2025). *Visual Studio Code (versión 1.97.2) [editor de código]*. <https://code.visualstudio.com/>
- Muñoz-Basols, J., Moreno, N., Taboada, I., y Lacorte, M. (2017). *Introducción a la lingüística hispánica actual: Teoría y práctica*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203096758>
- O’Halloran, K. L. . (2008). Systemic functional-multimodal discourse analysis (SF-MDA): Constructing ideational meaning using language and visual imagery. *Visual Communication*, 7(4), 443–475. <https://doi.org/10.1177/1470357208096210>
- Otheguy, R., y García, O. (2015). Spanish and Hispanic Bilingualism. In M. Lacorte (Ed.), *The Routledge handbook of Hispanic applied linguistics*. Routledge.
- Otheguy, R., y Stern, N. (2011). On so-called Spanglish. *International Journal of Bilingualism*, 15(1), 85–100. <https://doi.org/10.1177/1367006910379298>

- Page, R. E., Barton, D., Unger, J. W., y Zappavigna, M. (2014). *Researching language and social media: A student guide*. Routledge, Taylor y Francis Group.
<https://doi.org/10.4324/9781315771786>
- Piller, I., y Cho, J. (2013). Neoliberalism as language policy. *Language in Society*, 42(1), 23–44.
<https://doi.org/10.1017/S0047404512000887>
- Python Software Foundation. (2024). *Python (versión 3.13.0) [lenguaje de programación]*.
<https://www.python.org/>
- Raymond, C. W. (2015). From the field, to the Web, and back again: Incorporating Internet methods into language ideology research. *Language Awareness*, 24(2), 138–149.
<https://doi.org/10.1080/09658416.2014.996160>
- Rosa, J. D. (2016). Standardization, Racialization, Languagelessness: Raciolinguistic Ideologies across Communicative Contexts. *Journal of Linguistic Anthropology*, 26(2), 162–183.
<https://doi.org/10.1111/jola.12116>
- Rumsey, A. (1990). Wording, Meaning, and Linguistic Ideology. *American Anthropologist*, 92(2), 346–361. <https://doi.org/10.1525/aa.1990.92.2.02a00060>
- Rymes, B., Lee, E., y Negus, S. (2024). Language and Education: Ideologies of Correctness. *Annual Review of Anthropology*, 53(1), 183–197. <https://doi.org/10.1146/annurev-anthro-041422-121726>
- Stransky, D., Donnelly, E., Stonick, C., Dominguez, M., y Cabo, D. P. Y. (2022). New media representations of Spanish heritage speakers. In J. Retis y A. Sánchez-Muñoz, *Communicative Spaces in Bilingual Contexts* (1st ed., pp. 32–44). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781003227304-3>

- Swiggers, P. (2018). De la ideología de la(s) lengua(s) a la(s) ideología(s) de la lingüística. *Circula*, 8, 70–101. <https://doi.org/10.17118/11143/15552>
- TikAPI. (2024). *TikAPI – TikTok API documentation*. <https://tikapi.io/>
- Van Leeuwen, T. (2005). *Introducing social semiotics*. Routledge.
- Varis, P., y Van Nuenen, T. (2016). *The Internet, Language, and Virtual Interactions* (O. García, N. Flores, y M. Spotti, Eds.; Vol. 1). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190212896.013.8>
- Vessey, R. (2016). Language ideologies in social media: The case of Pastagate. *Journal of Language and Politics*, 15(1), 1–24. <https://doi.org/10.1075/jlp.15.1.01ves>
- Willoughby, A. (2025, febrero 14). *Multimodal analysis of a TikTok POV video: A case study* [Presentación virtual]. Humor Research Conference.
- Woolard, K. A. (2007). La autoridad lingüística del Español y las ideologías de la autenticidad y el anonimato. In Del Valle (Ed.), *La lengua, ¿patria común?* Vervuert.
- Woolard, K. A. (2020). Language Ideology. In J. Stanlaw (Ed.), *The International Encyclopedia of Linguistic Anthropology* (1st ed., pp. 1–21). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118786093.iela0217>
- Woolard, K. A., y Schieffelin, B. B. (1994). Language Ideology. *Annual Review of Anthropology*, 23(1), 55–82. <https://doi.org/10.1146/annurev.an.23.100194.000415>
- Zappavigna, M. (2011). Ambient affiliation: A linguistic perspective on Twitter. *New Media y Society*, 13(5), 788–806. <https://doi.org/10.1177/1461444810385097>
- Zappavigna, M. (2018). *Searchable talk: Hashtags and social media metadiscourse*. Bloomsbury Academic. <https://doi.org/10.5040/9781474292337>

Zappavigna, M. (2023). Discourse and Social Media. In K. Hyland, B. Paltridge, y L. L. C.

Wong (Eds.), *The Bloomsbury handbook of discourse analysis* (Second edition).

Bloomsbury Academic.

Zappavigna, M., y Ross, A. S. (2022). Instagram and intermodal configurations of value:

Ideology, aesthetics, and attitudinal stance in #avotoast posts. *Internet Pragmatics*, 5(2),

197–226. <https://doi.org/10.1075/ip.00068.rap>