



CENSURA Y AUTOCENSURA DE LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS EN INSTAGRAM Y TIKTOK

LUIS ANTONIO LÓPEZ-FRAILE¹, MIGUEL ÁNGEL ALONSO GUISANDE¹

¹Universidad Europea de Madrid, España

PALABRAS CLAVE

*Censura
Autocensura
Redes sociales
Comportamiento digital*

RESUMEN

Este estudio explora la censura y autocensura de los jóvenes universitarios en dos de las redes sociales de mayor éxito: Instagram y TikTok. La investigación se centró en cómo perciben la censura de ambas plataformas y en cómo se traduce esta percepción en un comportamiento de autocensura. Se averiguan similitudes y diferencias percibidas en ambas redes y cuál de ellas ofrece un entorno más restrictivo a la libertad de expresión. Se llevó a cabo una investigación no experimental sobre una muestra de 502 estudiantes. Los resultados indican una unánime percepción de censura y una respuesta de autocensura de los jóvenes.

Recibido: 11/ 02 / 2025

Aceptado: 13/ 05 / 2025

1. Introducción

El propósito de esta investigación es analizar la censura y la autocensura entre los jóvenes universitarios en las redes sociales Instagram y TikTok. Se examinarán las prácticas de control de contenido implementadas por las plataformas, así como la percepción que tienen los jóvenes de la censura, la autocensura y la influencia de ambas sobre su comportamiento en línea.

El control y la censura en Internet se han convertido en un tema de creciente preocupación a nivel global, sobre todo porque el uso de la red está mayoritariamente copado por las capas más jóvenes de la sociedad (Vizcaíno-Laorga et al, 2019). Diferentes entidades y gobiernos implementan prácticas para regular el contenido en línea, afectando a la libertad de expresión, el acceso a la información y la privacidad. Las redes sociales, como Instagram y TikTok, emplean sistemas de inteligencia artificial para la moderación de contenido, lo que plantea desafíos éticos y jurídicos relacionados con la censura (Conde, 2024). Con el presente trabajo hemos intentado ayudar a la comunidad científica a clarificar el asunto, aportando un análisis de los datos recabados entre jóvenes universitarios de la Comunidad de Madrid a través de una encuesta sobre su comportamiento en línea en ambas redes sociales.

1.1. La censura en las redes sociales

Las redes sociales, como entidades privadas, tienen la capacidad de establecer sus propias normas de uso dentro de los contratos de adhesión que establecen con los usuarios. Si bien esto podría defenderse en base a la autonomía de la voluntad privada, también resulta lógico defender que esta autonomía está sujeta a la legalidad, a la moral y al orden público. El control de contenidos ejercido por entidades privadas en las redes sociales tiene efectos comparables a la censura estatal, incluso amplificadas por la naturaleza viral de Internet (MacKinnon, 2012). Además, en tal caso, estos entes privados deberían asumir la responsabilidad por aquellos contenidos subidos o creados por los usuarios cuando no hayan sido bloqueados o borrados, al tener un control sobre ellos y haber ejercido una moderación activa (San Juan, 2021).

Ante esta tesitura que se plantea, parece crucial establecer limitaciones a la autonomía de la voluntad privada para proteger los derechos fundamentales, especialmente porque Internet se ha convertido en la principal fuente de acceso a la información, por lo que parecen estar en pugna, por un lado, el derecho a la autonomía privada y, por otro, la libertad de expresión, reconocida en todas las Constituciones de occidente. El filtrado automático de contenidos, aunque justificado por la lucha contra las noticias falsas, la piratería o la pornografía infantil, plantea un riesgo significativo para los derechos fundamentales de los usuarios, especialmente la libertad de expresión e información ya que “sin acceso a la información, no es posible una auténtica libertad de expresión”. (Sturges, 2010, p. 21)

Algunos autores, como por ejemplo San Juan (2021) aborda la evolución de la censura en el contexto de las plataformas digitales. El autor argumenta que, aunque la censura tradicional ha sido históricamente asociada con la intervención de poderes estatales y religiosos, en la actualidad, las redes sociales ejercen un control significativo sobre la información que se difunde, lo que plantea serias preocupaciones sobre la libertad de expresión y el acceso a la información. También señala que la prohibición de la censura previa, consagrada en el artículo 20.2 de la Constitución Española, no se aplica de la misma manera a las acciones de las empresas privadas que gestionan redes sociales. Estas plataformas, al filtrar y bloquear contenidos, pueden tener efectos comparables, e incluso más severos, que la censura estatal, debido a la naturaleza expansiva de Internet y su capacidad para amplificar la difusión de información. Además, se discute el fenómeno de las *fake news* y su impacto en la libertad de expresión. Aunque el control de contenidos puede tener como objetivo combatir la desinformación, también conlleva el riesgo de violar derechos fundamentales. Por lo tanto, el autor aboga por un enfoque equilibrado que combine la regulación de contenidos con la promoción de la educación y la alfabetización mediática entre los usuarios (San Juan, 2021).

Otros autores examinan cómo las decisiones de moderación de contenido en las redes sociales están influenciadas por valores culturales y presiones regulatorias (Gillespie, 2018). Balkin (2004) propone una teoría sobre la libertad de expresión en la sociedad de la información, explorando cómo preservarla en el contexto digital. Algunos autores analizan las estrategias de redes sociales de plataformas audiovisuales, destacando la importancia de la idiosincrasia de cada plataforma (Martínez-Sánchez et al, 2021). Otros autores señalan la diferencia entre censura y el efecto *Streisand*, fenómeno paradójico

por el cual los intentos de censurar información pueden resultar en una mayor difusión de esta, marcando un hito en la comprensión de la censura percibida (Stewart y Bunton, 2016).

La inteligencia artificial juega un papel crucial en la moderación de contenido. Los algoritmos se utilizan para detectar y eliminar contenido que viola las normas de la plataforma, considerado inapropiado, como discursos de odio, violencia, pornografía infantil o desinformación (Jansen y Martin, 2015). Los sistemas de IA funcionan a través de dos métodos principales: *matching* y *classification*. El *matching* se basa en la comparación del contenido con una base de datos de ejemplos, mientras que la *classification* analiza patrones en los datos para identificar contenido problemático sin necesidad de una coincidencia exacta. La *classification* es la técnica más utilizada actualmente en la moderación de contenido en redes sociales (Gorwa et al, 2020). La IA ofrece ventajas como la reducción de costos, una mayor cobertura de contenido, mayor eficacia y rapidez en la detección de contenido inapropiado (Llansó et al. 2020). Si bien esto puede ser útil para combatir contenidos ilícitos, también puede llevar a la censura de expresiones legítimas (Rosales et al, 2024).

1.2. La autocensura en las redes sociales

La autocensura, por otro lado, es un fenómeno complejo que se produce cuando los usuarios limitan su propia expresión por miedo a las consecuencias negativas. Este miedo puede provenir de diversas fuentes, como la posibilidad de ser criticado, atacado o incluso bloqueado por la plataforma (Pérez et al, 2019).

Veamos algunos puntos clave sobre la autocensura en las redes sociales, según las fuentes consultadas. Por ejemplo, las causas de la autocensura pueden deberse al miedo de los usuarios a las reacciones negativas, a ser juzgados, criticados, o incluso atacados por sus opiniones. La autocensura también surge para evitar conflictos con familiares, amigos o en el ámbito laboral, así como para no dañar la propia reputación (Gomes-Franco-Silva y Sendín-Gutiérrez, 2014). Algunos autores opinan que la cultura actual promueve la inclusión, lo que puede llevar a las personas a autocensurarse para no ser marginados socialmente. La presión por ser políticamente correcto puede llevar a las personas a evitar temas delicados o a modificar su lenguaje para no ofender. La autocensura puede ser vista como un filtro que las personas se imponen a sí mismas, para evitar problemas ya que las redes sociales permiten a los usuarios leer sus propias publicaciones antes de publicarlas, lo que puede llevar a la autorregulación o a la autocensura. Este filtro puede ser interno, es decir, la persona decide qué no publicar, o puede ser impuesto por la sociedad. En la vida online, los usuarios tienen más control sobre su expresión, pero también están más expuestos al juicio público (Serrano, 2016).

Todo lo anterior nos induce a pensar que la autocensura puede limitar la libertad de expresión, ya que las personas dejan de expresar sus ideas por miedo. Algunos autores creen que es importante que las personas expresen sus ideas libremente, pero que también deben ser conscientes del impacto que pueden tener sus palabras en los demás, por lo que deben modular el tono de sus argumentos para no ofender. Otros creen que la libertad de expresión debe ser absoluta y no debe haber moderación, siempre y cuando no se pase el punto legal (Pérez y El Mecky, 2024).

En resumen, la autocensura en las redes sociales es un fenómeno complejo que refleja la tensión entre la necesidad de expresarse libremente y el miedo a las consecuencias sociales. Aunque la autocensura puede ser una forma de evitar conflictos, también puede limitar la diversidad de opiniones y la libertad de expresión en línea.

2. Metodología y objetivos

Nuestro objetivo básico es averiguar cómo los jóvenes universitarios perciben la censura que se genera desde las plataformas TikTok e Instagram y, también, cómo se traduce esta percepción en un comportamiento de autocensura de respuesta. Se marca como objetivo principal el de averiguar similitudes y diferencias percibidas por los jóvenes entre ambas redes y cuál de ellas ofrece un entorno más o menos restrictivo en cuanto a la conjugación de la libertad de expresión y el comportamiento respetuoso.

Para alcanzar el objetivo propuesto, después de hacer un análisis teórico descriptivo al inicio de la presente investigación, realizamos un trabajo de campo consistente en analizar la percepción de la censura y la autocensura, medidas en aspectos clave tales como si han sido objeto de censura en sus

publicaciones en ambas redes sociales, en cuál creen que se lleva a cabo una censura más intensa, si la perciben de forma precedente, simultánea o a posteriori a la publicación de posts, si han modificado su comportamiento al generar contenido en función de experiencias previas de censura, si perciben como justa o injusta la actividad censora de ambas plataformas, si creen que dicha censura obedece a la búsqueda de objetivos loables o espurios y si recurren a argucias o tretas para saltarse la posible actividad censora de las plataformas.

Este trabajo de campo se materializó en la realización de una investigación no experimental, mediante un cuestionario online, con 4 tipos de respuestas alternativas basadas en la escala de Likert (MUCHO/MODERADAMENTE/POCO/NADA), sobre una muestra de conveniencia de 502 estudiantes de distintos centros universitarios de la Comunidad de Madrid. Dicho cuestionario estaba compuesto por una batería de 24 preguntas (enumeradas más abajo del 1 al 24). Esta metodología permitirá obtener datos numéricos sobre la percepción de la censura y la autocensura entre los jóvenes universitarios, así como realizar análisis estadísticos para identificar patrones y relaciones entre las variables estudiadas. Aunque nuestra investigación se centra en la experiencia de los jóvenes universitarios en la Comunidad de Madrid, los resultados pueden generalizarse, al menos, a otras poblaciones estudiantiles con bastante fiabilidad, dado el amplio número de cuestionarios recabados, así como la filiación de los encuestados, que pertenecían tanto a universidades públicas como privadas de toda la región.

Por otro lado, es importante indicar que el trabajo de campo se llevó a cabo de acuerdo con los principios éticos de la investigación con personas. Se obtuvo el consentimiento informado de todos los participantes antes de la realización de la encuesta, y se garantizó la anonimidad y confidencialidad de los datos recabados.

La encuesta se diseñó para recopilar información sobre:

- Percepción de la censura: se preguntó a los estudiantes sobre su conocimiento de las políticas de moderación de contenido de Instagram y TikTok, y si creen que estas políticas se aplican de manera justa y transparente.
- Experiencias de censura: se indagó si los estudiantes han experimentado censura en estas plataformas, ya sea a través de la eliminación de contenido, la suspensión de cuentas o la limitación de la visibilidad.
- Autocensura: se preguntará a los estudiantes con qué frecuencia se autocensuran en Instagram y TikTok, y cuáles son los principales motivos de su autocensura.
- Elementos que componen la autocensura: en nuestro estudio se exploraron las variables relativas al género, la ideología política, la xenofobia, el cuerpo humano y la comunicación violenta como generadoras del comportamiento de autocensura.

En un posterior epígrafe de este trabajo se mostrarán y analizarán los resultados obtenidos en la investigación de campo, aportando las conclusiones indiciarias que arrojaron las respuestas ofrecidas por los encuestados.

El cuestionario se encabezaba con una definición exhaustiva, académica y científica, de lo que es “censura” y “autocensura” en el entorno de las redes sociales y de lo que debe entenderse como tal a los efectos del presente estudio, para que los encuestados sepan asociar las cuestiones planteadas a la forma en la que consumen y crean contenidos en ambas redes sociales estudiadas. Por tanto, antes de pasar a las preguntas, se insistió a los encuestados en que la censura en redes sociales se define como “la supresión o alteración de contenidos comunicativos (textos, imágenes, discursos, etc.) que se consideran ofensivos, subversivos, políticamente inaceptables o perjudiciales para el bienestar público” y también como “el control de contenidos y el bloqueo de cuentas de usuarios, llevados a cabo en las redes sociales” (San Juan, 2021, p. 23).

Por su parte, podemos definir la autocensura en redes sociales como “la restricción voluntaria que un individuo o institución ejerce sobre sus propias expresiones por temor a represalias sociales, legales o económicas” (Pino et al, 2022, p. 128).

Así mismo, se explicó en el encabezamiento de la encuesta lo que debemos entender por cuestión de género, ideología política, xenofobia, cuerpo humano y comunicación violenta al objeto del presente estudio, para que las respuestas estuvieran basadas en una correcta interpretación del hecho investigado. En concreto, se explicó que:

- la pregunta relativa al género pretende investigar el comportamiento de autocensura en asuntos relacionados con la ideología de género y los comportamientos o actitudes que puedan tener reproche ético o incluso punitivo en lo relativo al género;
- la pregunta relativa a la ideología política pretende investigar el comportamiento de autocensura en aspectos relacionados con la crítica ideológica, la identificación de los planteamientos o el corte ideológico político del encuestado;
- la pregunta relativa a la xenofobia pretende investigar el comportamiento de autocensura en cualquier manifestación que raye en conductas ofensivas hacia otras personas, vinculadas a la raza, la religión o la procedencia geográfica, en cualquier entorno (social, deportivo, artístico, cinematográfico, etc.);
- la pregunta relativa al cuerpo humano pretende investigar el comportamiento de autocensura en lo relativo a mostrar el cuerpo o partes del cuerpo al entenderlos únicamente en su función sexual;
- la pregunta relativa a la comunicación violenta pretende investigar el comportamiento de autocensura en lo relativo al uso de expresiones ofensivas, lesivas, de odio o que incitan a la violencia.

El cuestionario estaba compuesto por las siguientes preguntas, que intentan abordar todos los puntos de la presente investigación, con el objetivo de permitirnos obtener conclusiones fiables que den respuesta a los objetivos planteados:

1. ¿En qué medida eres conocedor de las políticas de moderación de contenido en Instagram y TikTok?
2. ¿En qué medida crees que estas políticas son justas y transparentes y están bien explicadas?
3. ¿En qué grado experimentas censura en Instagram, ya sea a través de la eliminación de contenido, la suspensión de cuentas o la limitación de la visibilidad?
4. ¿En qué grado experimentas censura en TikTok, ya sea a través de la eliminación de contenido, la suspensión de cuentas o la limitación de la visibilidad?
5. ¿En qué grado experimentas censura en la plataforma Instagram antes de incorporar un contenido o escribir un comentario en un post?
6. ¿En qué grado experimentas censura en la plataforma TikTok antes de incorporar un contenido o escribir un comentario en un post?
7. ¿En qué grado experimentas censura en la plataforma Instagram mientras incorporas un contenido o escribes un comentario en un post?
8. ¿En qué grado experimentas censura en la plataforma TikTok mientras incorporas un contenido o escribes un comentario en un post?
9. ¿En qué grado experimentas censura en la plataforma Instagram después de incorporar un contenido o escribir un comentario en un post?
10. ¿En qué grado experimentas censura en la plataforma TikTok después de incorporar un contenido o escribir un comentario en un post?
11. ¿En qué grado has modificado tu comportamiento al generar contenido en función de experiencias previas de censura en Instagram?
12. ¿En qué grado has modificado tu comportamiento al generar contenido en función de experiencias previas de censura en TikTok?
13. ¿En qué medida te autocensuras por cuestiones relativas al género en Instagram?
14. ¿En qué medida te autocensuras por cuestiones relativas al género en TikTok?
15. ¿En qué medida te autocensuras por cuestiones de ideología política en Instagram?
16. ¿En qué medida te autocensuras por cuestiones de ideología política en TikTok?
17. ¿En qué medida te autocensuras por cuestiones de xenofobia en Instagram?
18. ¿En qué medida te autocensuras por cuestiones de xenofobia en TikTok?
19. ¿En qué medida autocensuras tu cuerpo en Instagram?
20. ¿En qué medida autocensuras tu cuerpo en TikTok?
21. ¿En qué medida autocensuras tu comunicación violenta en Instagram?
22. ¿En qué medida autocensuras tu comunicación violenta en TikTok?
23. ¿En qué grado intentas eludir la actividad censora de la plataforma Instagram?

24. ¿En qué grado intentas eludir la actividad censora de la plataforma TikTok?

En el siguiente punto pasamos a desgranar los resultados obtenidos, analizando y extrayendo además conclusiones de los datos que las respuestas aportadas indicaron, con la finalidad de obtener conclusiones adecuadas al objeto de estudio de nuestra investigación.

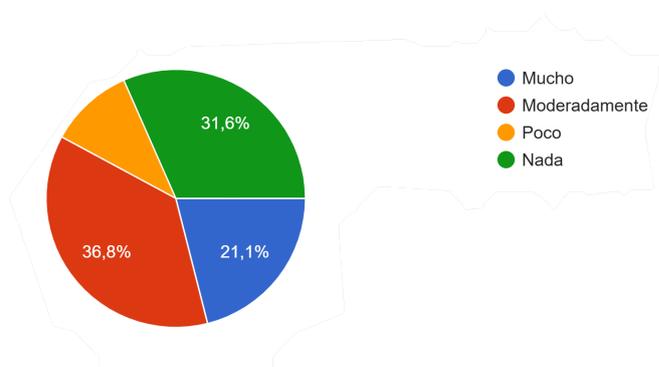
3. Análisis de datos y resultados

En el presente epígrafe, se muestran los resultados obtenidos durante el trabajo de campo en la etapa de recopilación de datos, en la cual se diseñó un cuestionario online a través de la herramienta formularios de Google Forms.

Los cuestionarios se pusieron a disposición del alumnado elegido como población de estudio en el rango temporal de fechas comprendido entre el 2 y el 20 de diciembre 2024, habiéndose obtenido un total de 505 cuestionarios respondidos, de los cuales, tras proceder a la organización de datos, limpieza de estos y eliminación de los no válidos por tener respuestas no contestadas, se quedaron en un total de 502 cuestionarios válidos. A continuación, mostramos individualmente cada uno de los ítems contenidos en el cuestionario, implementando gráficos como elemento de visualización óptimo, sobre los que se realizan análisis axiomáticos a tenor de los resultados representados en cada uno de ellos.

Se comienza el cuestionario con una primera pregunta acerca del grado de conocimiento del encuestado sobre las políticas de moderación del contenido publicado a través de las RRSS de Instagram y TikTok que sirve para contextualizar el nivel de conocimiento e importancia asignada de la población de estudio a las normativas de publicación y tolerancia de estas a determinados contenidos. Como se observa en la figura 1, si bien los resultados muestran cierto grado de igualdad, se obtiene un mayor porcentaje de encuestados que manifiesta tener un alto o moderado grado de conocimiento sobre la cuestión, con un total del 57,9%, sobre los que manifiestan poseer un nulo o escaso interés con un total del 42,1% acerca de las políticas de publicación de contenidos en Instagram y TikTok.

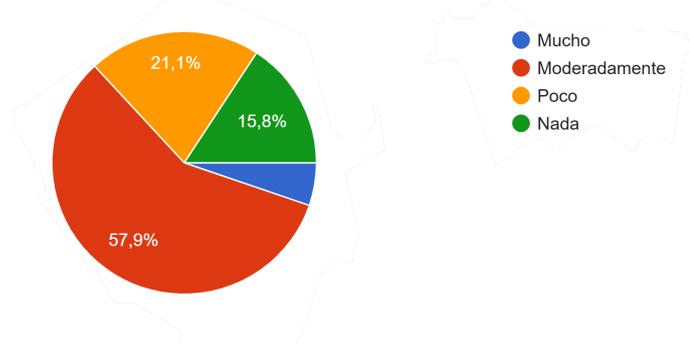
Figura 1. ¿En qué medida eres conocedor de las políticas de moderación de contenido en Instagram y TikTok?



Fuente: Elaboración propia, 2025.

En la segunda pregunta, cuyos datos vemos en la figura 2, se consulta acerca del grado en el que consideran justas y transparentes las políticas de publicación de contenidos en Instagram y TikTok. Solo un 5,3% de los encuestados las considera justas y bien explicadas, pero unido al 57,9% de los que opinan que moderadamente, suponen un total del 63,2%, por lo que podemos concluir que los jóvenes las consideran aceptables en su mayoría. No es desdeñable el porcentaje del 36,9% que opinan lo contrario, así que podríamos invitar a las plataformas a mejorar este aspecto, mejorando la transparencia.

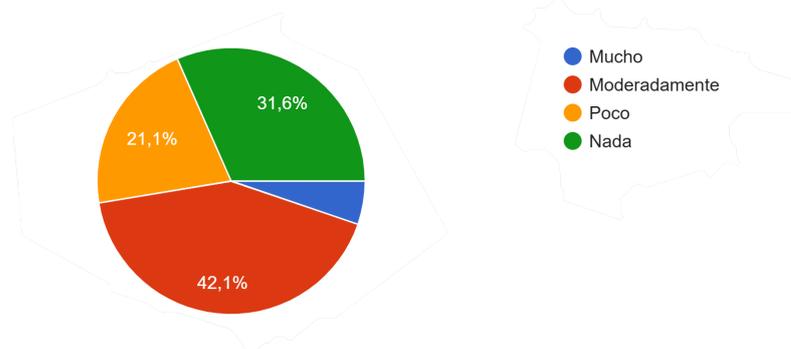
Figura 2. ¿En qué medida crees que estas políticas son justas y transparentes y están bien explicadas?



Fuente: Elaboración propia, 2025.

En la pregunta número 3, se cuestiona la experiencia del encuestado sobre la censura por parte de Instagram en el que un total del 47,4% manifiesta haber sufrido alguna restricción relativa a sus publicaciones. Queda evidenciado que la limitación de contenidos a usuarios en diversas líneas de actuación es una práctica habitual de esta red social y forma parte de las normas comunitarias exhibidas en la propia red social (Instagram, 2025).

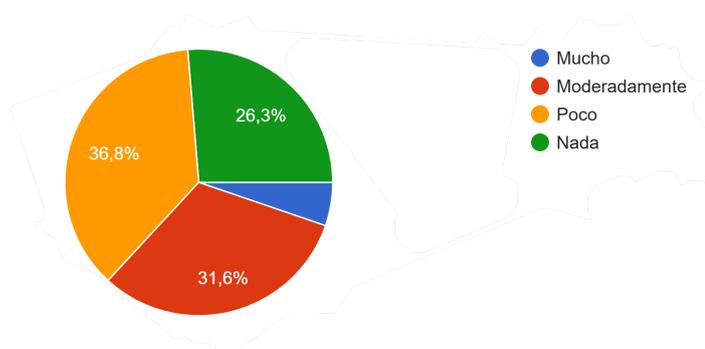
Figura 3. ¿En qué grado experimentas censura en Instagram, ya sea a través de la eliminación de contenido, la suspensión de cuentas o la limitación de la visibilidad?



Fuente: Elaboración propia, 2025.

En esta línea, la cuarta pregunta referida a la red social TikTok arroja un 36,9% de los encuestados que afirman haber advertido limitaciones sobre sus interacciones en la citada red social. Sin embargo, comparativamente es sensiblemente menor al citado anteriormente en la red social Instagram. No obstante, podemos concluir que el grueso de la experiencia de censura en ambas redes se mueve en la parte media, entre el "Poco" y el "Moderadamente", y que muy pocos perciben una censura alta.

Figura 4. ¿En qué grado experimentas censura en TikTok, ya sea a través de la eliminación de contenido, la suspensión de cuentas o la limitación de la visibilidad?

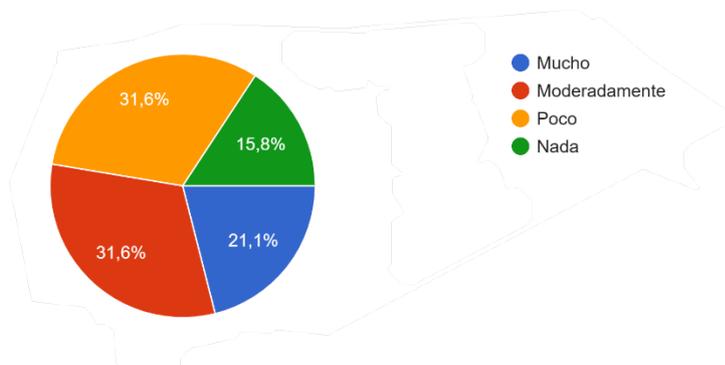


Fuente: Elaboración propia, 2025.

En las preguntas número 5, 6, 7, 8, 9 y 10, el diseño de cuestionario se implementa para obtener datos de la población de estudio referentes a la variable temporal: con anterioridad a la publicación, en el instante de realizar la publicación y con posterioridad a ésta en ambas redes sociales objeto de estudio. En lo relativo al instante temporal anterior, según los datos expuestos en las figuras 5 y 6, la sensación de censura en los sujetos es mayor en Instagram con un 51,7% frente al 26,3% en TikTok, una diferencia significativa, que contrasta con los datos mostrados en las figuras 7 y 8, que hacen referencia al instante temporal mientras se ejecuta la acción de incorporar contenido a la red social, que en este caso muestra porcentajes casi idénticos en ambas redes sociales, con un 63,1% de sujetos encuestados.

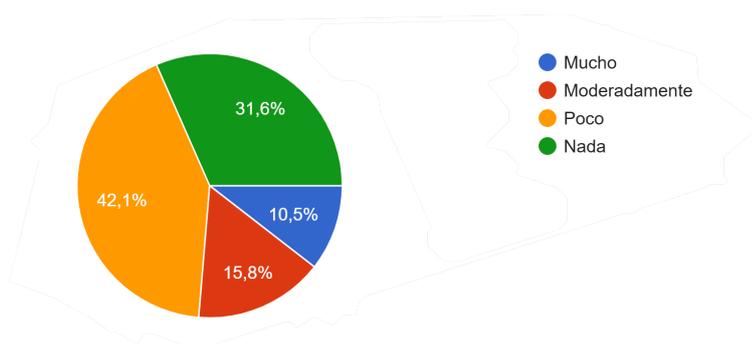
El último término, relativo a la variable temporal de análisis referida al instante posterior de la publicación, se obtienen resultados similares a los valores de «Mucho» y «Moderadamente» en ambas redes sociales, si bien en Instagram los encuestados manifiestan un total del 57,9% frente al 52,6% en TikTok. En términos generales, las diferencias de percepción por parte de la población de estudio evidencian una mayor sensación de censura y limitaciones impuestas en la red social Instagram frente a TikTok en las ventanas temporales anteriores y posteriores a la acción de la publicación. Sin embargo, la experiencia del usuario evidencia la misma sensación de censura mientras realiza la publicación en ambas redes sociales.

Figura 5. ¿En qué grado experimentas censura en la plataforma Instagram antes de incorporar un contenido o escribir un comentario en un post?



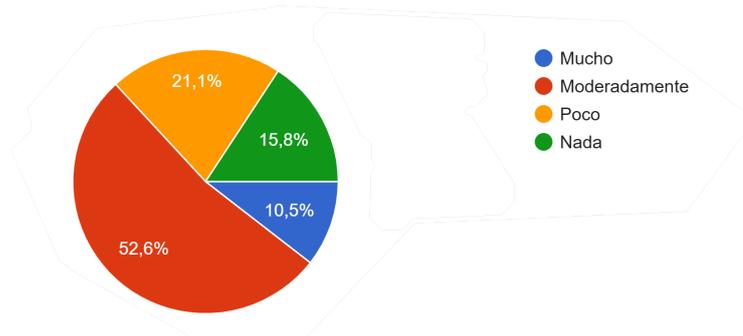
Fuente: Elaboración propia, 2025.

Figura 6. ¿En qué grado experimentas censura en la plataforma TikTok antes de incorporar un contenido o escribir un comentario en un post?



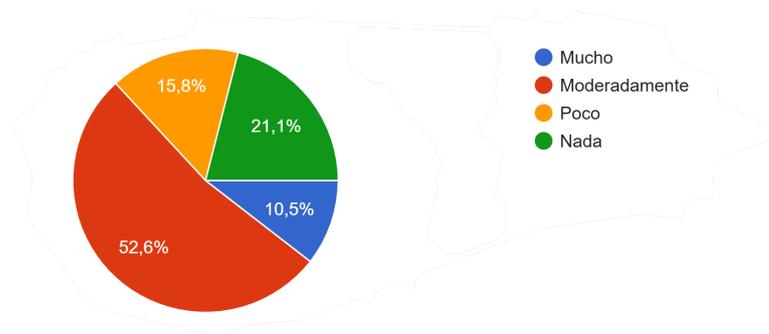
Fuente: Elaboración propia, 2025.

Figura 7. ¿En qué grado experimentas censura en la plataforma Instagram mientras incorporas un contenido o escribes un comentario en un post?



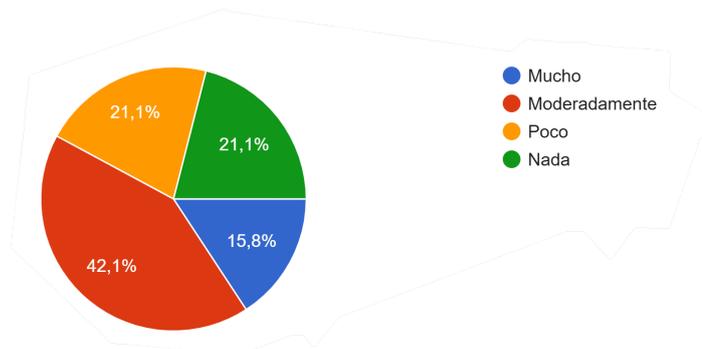
Fuente: Elaboración propia, 2025.

Figura 8. ¿En qué grado experimentas censura en la plataforma TikTok mientras incorporas un contenido o escribes un comentario en un post?



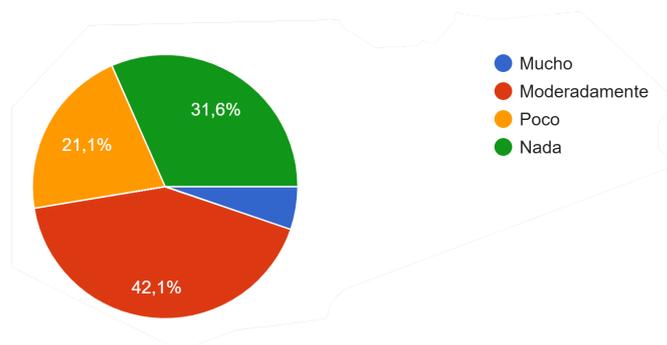
Fuente: Elaboración propia, 2025.

Figura 9. ¿En qué grado experimentas censura en la plataforma Instagram después de incorporar un contenido o escribir un comentario en un post?



Fuente: Elaboración propia, 2025.

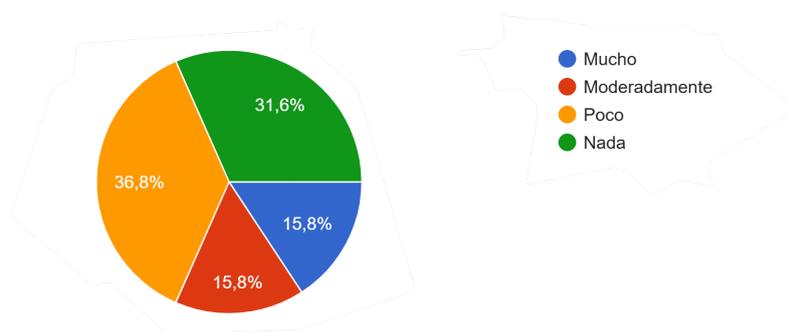
Figura 10. ¿En qué grado experimentas censura en la plataforma TikTok después de incorporar un contenido o escribir un comentario en un post?



Fuente: Elaboración propia, 2025.

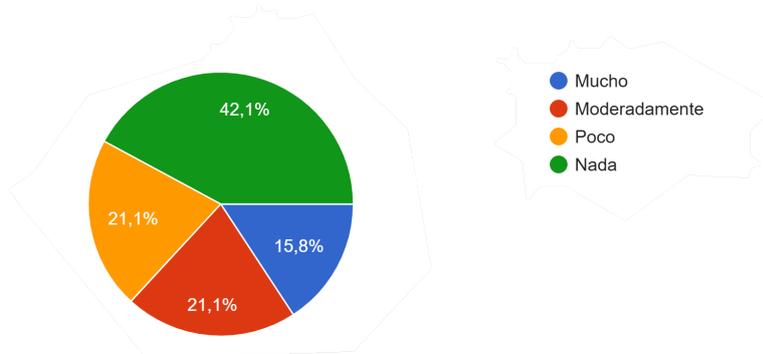
En las preguntas 11 y 12 del cuestionario, según datos mostrados en las figuras 11 y 12, se indaga acerca del comportamiento en ambas redes sociales en función de las experiencias previas del usuario. Se destaca que el 42,1% de encuestados manifiesta no condicionar su interacción en la red social TikTok en base a las experiencias previas adquiridas. Este ítem supone un cambio de tendencia y punto de inflexión en el cuestionario, en el que, hasta esta cuestión, se podía intuir una mayor inclinación, atendiendo a los resultados obtenidos y las referencias consultadas en otros autores consultados como Heath (Heath, 2022), a una menor intrusión por parte del algoritmo de moderación de contenidos en la plataforma TikTok.

Figura 11. ¿En qué grado has modificado tu comportamiento al generar contenido en función de experiencias previas de censura en Instagram?



Fuente: Elaboración propia, 2025.

Figura 12. ¿En qué grado has modificado tu comportamiento al generar contenido en función de experiencias previas de censura en TikTok?

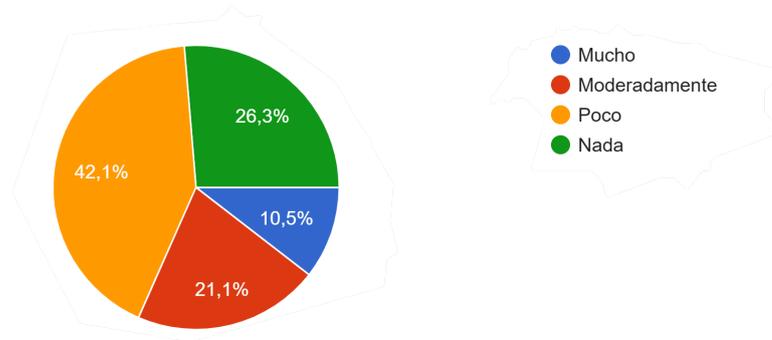


Fuente: Elaboración propia, 2025.

En las preguntas 13 y 14, se cuestiona sobre el género y la autocensura, donde las redes sociales tienden a convertirse en espacios digitales que reproducen y amplifican cuestiones sobre desigualdad de género, en donde especialmente la red social Instagram se percibe como un espacio hostil para el

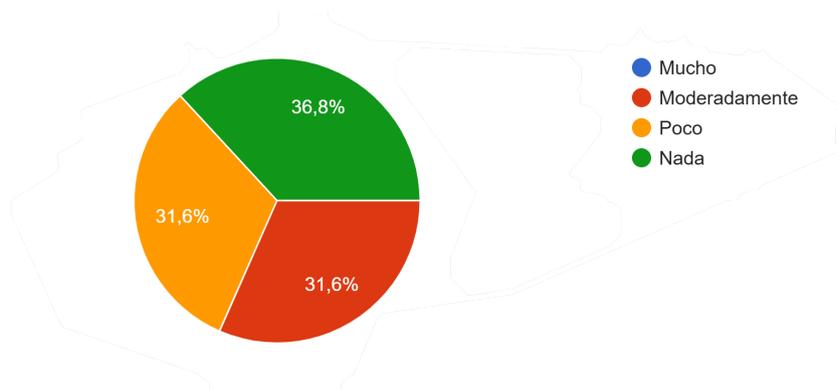
género femenino con una marcada presión por acercarse a patrones y cánones de belleza hegemónicos (Piñeiro-Otero y Martínez-Rolán, 2024). Los datos obtenidos muestran igualdad en las redes sociales objeto de estudio ya que en ambas redes sociales, los valores de “Mucho” y “Moderadamente” obtienen el mismo porcentaje, con una suma total de un 31,6% de los encuestados.

Figura 13. ¿En qué medida te autocensuras por cuestiones relativas al género en Instagram?



Fuente: Elaboración propia, 2025.

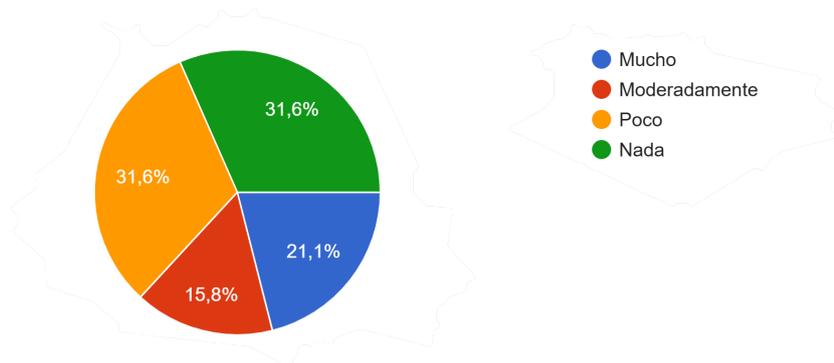
Figura 14. ¿En qué medida te autocensuras por cuestiones relativas al género en TikTok?



Fuente: Elaboración propia, 2025.

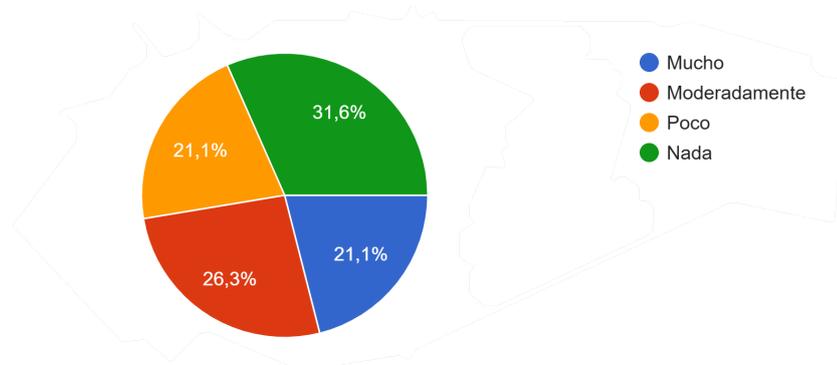
En lo referente a las preguntas 15 y 16 se pregunta sobre la autocensura política. La autocensura política en todas las redes sociales es una característica intrínseca a las mismas provocada por mensajes de odio que merman la libertad de expresión, la cual debe ser un objetivo en todas las sociedades democráticas (Martínez-Valerio y Mayagoitia-Soria, 2021). En contexto político, Instagram y TikTok han demostrado ser herramientas comunicativas poderosas de información política en jóvenes que incluso pueden llevar a usuarios comunes a una mayor autocensura por el miedo a contradecir a figuras relevantes, líderes e *influencers* políticos (Bilewicz y Soral, 2020). En el presente ítem, se puede observar un porcentaje de encuestados superior, 10,5% que manifiestan una autocensura moderada en la red social TikTok frente a los datos obtenidos en Instagram.

Figura 15. ¿En qué medida te autocensuras por cuestiones de ideología política en Instagram?



Fuente: Elaboración propia, 2025.

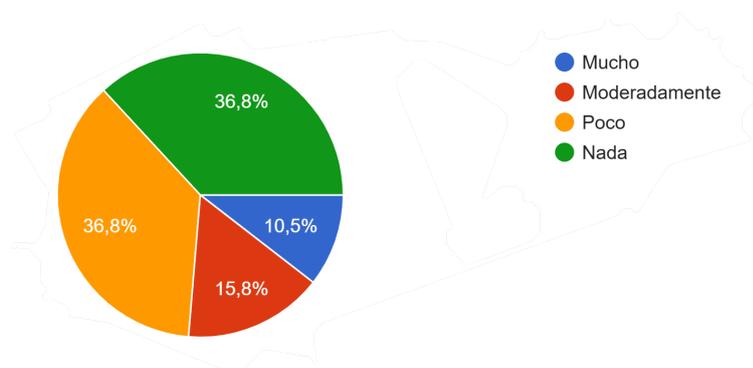
Figura 16. ¿En qué medida te autocensuras por cuestiones de ideología política en TikTok?



Fuente: Elaboración propia, 2025.

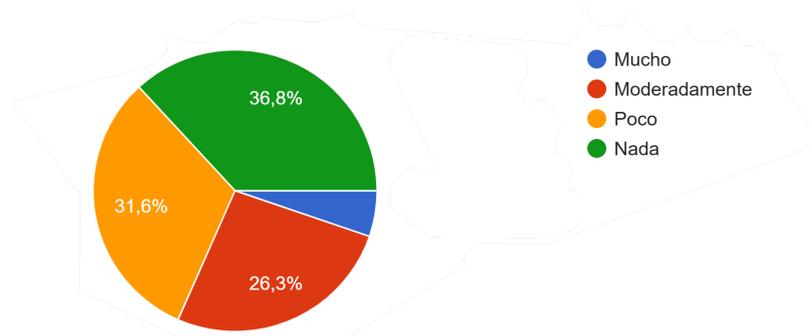
Se debe puntualizar que los ítems 17 y 18, con las cifras visualizadas en las figuras correspondientes, guardan relación con los datos anteriormente expuestos en el presente trabajo y analizados en las figuras 15 y 16 ya que existen estudios e investigaciones académicas anteriores que demuestran la relación existente entre la xenofobia y la polarización política con los discursos de odio en redes sociales (Evolvi, 2019). Este hecho se ve en consonancia con los resultados obtenidos y mostrados en las figuras 17 y 18, donde comparativamente se muestran datos equivalentes en el valor “Moderadamente” para Instagram y TikTok. En comparación, sobre los datos obtenidos en las respuestas del valor “Mucho” se aprecia un porcentaje neto menor en un 10,6% de encuestados que declaran una menor autocensura por cuestiones de xenofobia en ambas redes sociales.

Figura 17. ¿En qué medida te autocensuras por cuestiones de xenofobia en Instagram?



Fuente: Elaboración propia, 2025.

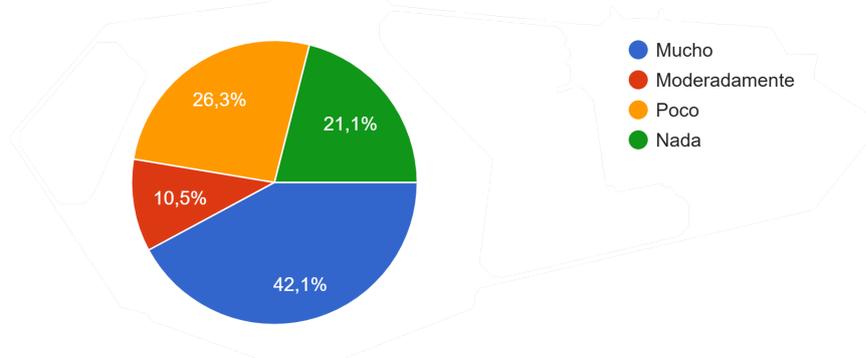
Figura 18. ¿En qué medida te autocensuras por cuestiones de xenofobia en TikTok?



Fuente: Elaboración propia, 2025.

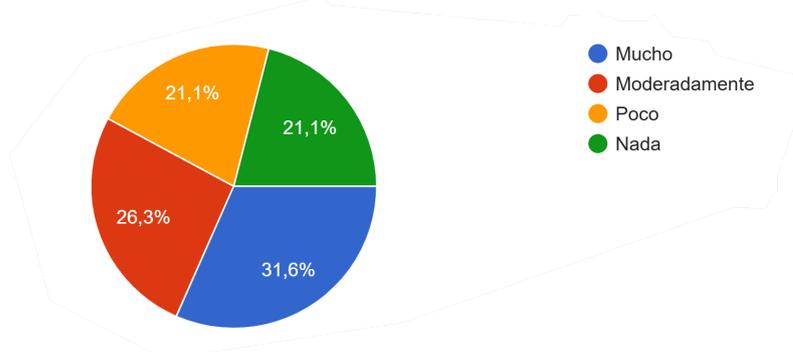
Instagram es una red social que desde sus inicios ha tratado de distinguirse de otras redes sociales debido a su clara identificación buscando una predominancia por la imagen donde, en un contexto social neoliberal, prima el individualismo y la politización generosa del cuerpo masculino y femenino (Bard y Magallanes, 2021). Paradójicamente es una red social con un alto grado de intervención en la publicación de contenidos si las imágenes muestran explícitamente determinadas áreas del cuerpo masculino o femenino, mostrando un sesgo sexualizado (Sánchez-Holgado y Benito, 2024). Esta línea queda evidenciada a tenor de los datos mostrados en la figura 19, donde un 42,1% manifiesta autocensurar sus contenidos en Instagram en cuestiones relativas al cuerpo. También destacables son los datos referentes a la red social TikTok donde el 31,6% de estudiantes encuestados manifiesta autocensurar su cuerpo en alto grado, que unidos a un 26,3% de estudiantes que indican autocensurarse moderadamente, superarían en su conjunto al porcentaje total de Instagram, lo que nos permitiría definir a la red social TikTok como una plataforma que incorpora un alto índice de intervención en cuestiones relativas a la exhibición de contenidos en los que se muestra el cuerpo o partes de este en las publicaciones.

Figura 19. ¿En qué medida autocensuras tu cuerpo en Instagram?



Fuente: Elaboración propia, 2025.

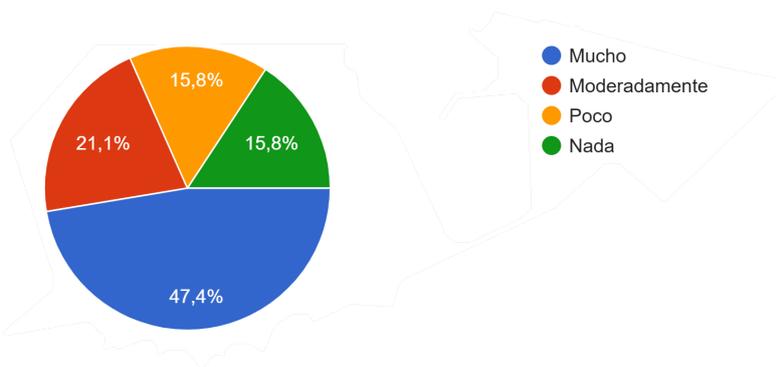
Figura 20. ¿En qué medida autocensuras tu cuerpo en TikTok?



Fuente: Elaboración propia, 2025.

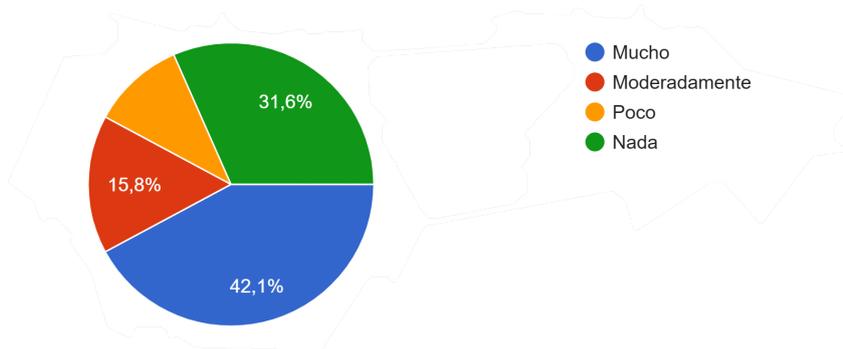
En las preguntas 21 y 22 se investigaba sobre la autocensura de la comunicación violenta, entendida esta como cualquier forma de expresión que incite a la violencia física contra individuos o grupos, aquella que promueva discursos de odio o discriminación racial, así como contenido gráfico explícito o incluso comunicaciones con desinformación maliciosa. En las figuras 21 y 22 encontramos los datos obtenidos en los que promedia un porcentaje del 68,5% y un 57,9% de los encuestados que reconocen autocensurarse en las publicaciones de contenido en Instagram y TikTok respectivamente y que pudieran ser clasificados por la red social como mensaje violento.

Figura 21. ¿En qué medida autocensuras tu comunicación violenta en Instagram?



Fuente: Elaboración propia, 2025.

Figura 22. ¿En qué medida autocensuras tu comunicación violenta en TikTok?

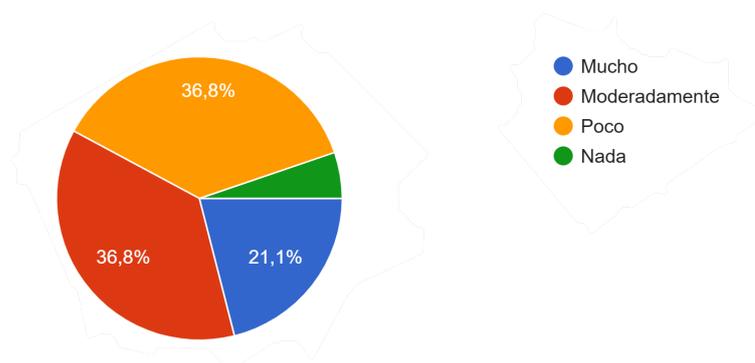


Fuente: Elaboración propia, 2025.

En las preguntas finales del cuestionario, las número 23 y 24, se interpelaba al estudiante sobre sus prácticas para tratar de evitar la censura en términos generales. De los datos mostrados a continuación en las figuras 23 y 24, se destaca que el 5,3% de los encuestados manifiestan no tratar de eludir la censura en Instagram contra un 26,3% que sí lo intentan a través de la red social TikTok. La suma de los que opinan entre “Mucho” y “Moderadamente” suman, en la red Instagram, un total de 57,9%, mientras que en la red TikTok suman un 42,1%, es decir, 15,8 puntos porcentuales menos, por lo que hemos de concluir que, si los encuestados llevan a cabo una mayor actividad elusiva de la actividad censora en Instagram que en TikTok es porque perciben una mayor censura genérica o global en la red Instagram que en la plataforma TikTok.

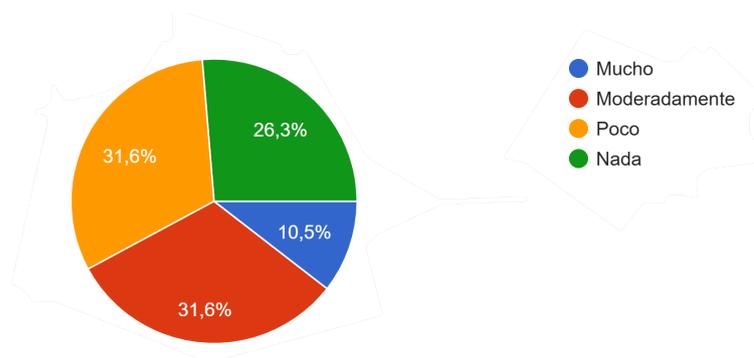
Esto pregunta la consideramos clave, ya que podría clarificar mucho en torno a la cuestión investigada. Si los usuarios de una plataforma llevan a cabo una actividad tendente a eludir la censura de sus contenidos es porque evidencian una mayor presión en este sentido, y su comportamiento se ve claramente afectado por las políticas censoras de la red. En este sentido, podemos concluir, claramente, que la red social Instagram genera una mayor presión sobre la percepción de censura de los jóvenes estudiantes que la que ofrece TikTok.

Figura 23. ¿En qué grado intentas eludir la actividad censora de la plataforma Instagram?



Fuente: Elaboración propia, 2025.

Figura 24. ¿En qué grado intentas eludir la actividad censora de la plataforma TikTok?



Fuente: Elaboración propia, 2025.

4. Discusión y conclusiones

El presente estudio se realizó con el claro objetivo de averiguar el grado de percepción de la censura de en las publicaciones del contenido propio y la autocensura en las redes sociales Instagram y TikTok en estudiantes universitarios de la Comunidad de Madrid en diciembre de 2024. En consecuencia, se determinó un segundo objetivo con la finalidad de analizar los patrones conductuales de estos usuarios sobre las publicaciones realizadas en las redes sociales objeto de estudio.

Algunos aspectos clave comunes a ambas redes sociales sobre sus políticas de publicación de contenidos, incluyen algunas particularidades análogas como los derechos de autor, la desinformación, o el tratamiento de la privacidad, si bien, la presente investigación se ha enmarcado en las normativas de publicación y tratamiento de los contenidos clasificados como inapropiados. Es obligado mencionar los algoritmos de detección de contenido inapropiado, ya que desempeñan un papel esencial en la moderación y censura de contenidos. Es conocido que las compañías no desvelan los principios de funcionamiento de sus algoritmos de moderación de contenidos, aunque podemos establecer ciertos aspectos basados en sus políticas de uso conjugados con los resultados obtenidos de la experiencia de sus usuarios en la publicación de contenidos expuestos en el epígrafe 3 de la presente investigación. Se ha de destacar, de entre los datos obtenidos, que un total del 47,4% de los sujetos encuestados ha manifestado experimentar censura a través de la red social Instagram y un total de 36,9% en la red social TikTok, de los cuales en ambos casos un 5,5% han experimentado un alto grado de moderación y censura de contenido. Estos contenidos en etapa de publicación se depuran en los algoritmos de moderación que podemos definir como un conjunto de instrucciones definidas, sistemáticas, ordenadas y finitas determinados en los siguientes ejes (Ramírez Pérez et al., 2021).

Podemos concluir que los algoritmos de ambas redes sociales estudiadas están programados para identificar palabras clave, frases y *hashtags* asociados con contenido inapropiado, violento, discriminatorio o que infrinja las normas de la comunidad. Así mismo, se utilizan técnicas apoyadas en inteligencia artificial para el reconocimiento de imágenes y videos con el objetivo de detectar contenido

explícito, violento o que promueva actividades ilegales, para ser censurado. También podemos indicar que las denuncias de los usuarios son una señal importante para los algoritmos: si una publicación recibe muchas denuncias, es más probable que sea revisada por un moderador humano y mayor es también la probabilidad de que sea eliminada. La actividad de los usuarios, recabada por las plataformas de manera automática, va generando patrones de comportamiento que los algoritmos pueden utilizar para identificar patrones de comportamiento sospechosos, como cuentas que publican repetidamente contenido inapropiado o que participan en actividades de acoso.

Para no distraernos de nuestro objeto de estudio, y entendiendo que el lector puede extraer sus propias conclusiones del trabajo de campo elaborado en la presente investigación, sí podemos extraer algunas conclusiones clave. Por ejemplo, solo un 5,3% de los encuestados considera muy justas y bien explicadas las políticas de moderación de contenido de ambas plataformas, lo que unido al 57,9% de los que opinan que moderadamente, suponen un total del 63,2%, por lo que podemos concluir que los jóvenes las consideran aceptables. No obstante, esto implica que el 36,9% opinan lo contrario, esto es, políticas injustas y poco explicadas, por lo que podríamos dar un toque de atención a ambas plataformas en el sentido de que deberían trabajar para mejorar este aspecto, aumentando la transparencia de la información relativa a la restricción de contenidos.

Podemos también concluir que la actividad censora es percibida, en ambas plataformas, de manera muy similar y, a la vez, equilibrada, moviéndose las respuestas de los encuestados en la franja intermedia del “Moderadamente” por un lado, y la suma de “Poco” y “Nada” por otro. En ninguna de las dos plataformas, la percepción de la censura ha sido calificada como alta, lo que nos lleva a concluir que la experiencia de censura se mueve en términos medios y aceptables.

En cuanto al aspecto temporal (recordamos que se estudiaba la censura pre, durante y post publicación) los resultados también se mueven en la banda ancha de la parte media, es decir, entre “Moderadamente” y “Poco” en ambas redes sociales y para todos los tiempos propuestos, lo que nos lleva a concluir que la variable temporal parece no afectar de una forma estadísticamente significativa a la experiencia de censura de las dos plataformas estudiadas.

De los datos obtenidos, también podemos concluir que los usuarios no han modificado sustancialmente su comportamiento al generar contenido en función de experiencias previas de censura en ninguna de las dos redes. No podemos concluir si esto es un indicador de que los usuarios obvian la censura recibida anteriormente y no les afecta o si, pese a ello, sus publicaciones no varían en su posible contenido censurable y prefieren subir contenido, aunque sea censurado a posteriori.

Las variables de género, ideología política, xenofobia, cuerpo y comunicación violenta, han obtenido mediciones muy similares tanto las relativas a Instagram como las de TikTok: la xenofobia es la variable que menor censura experimentan los usuarios, entendemos que por inexistente (de otra forma, sí se experimentaría), aunque hay un porcentaje del 10,5% para Instagram y del 5,3% en TikTok que sí perciben mucha censura en este apartado, lo que habla de índices bajos de la audiencia que, o bien incurren en publicación de contenidos poco aceptables o bien es una parte de la población estudiada que emite este tipo de mensajes. El resto de las variables ofrece conclusiones variopintas, que el lector puede escudriñar en cada uno de los ítems estudiados.

Para finalizar, afirmamos que los usuarios de la plataforma Instagram llevan a cabo una mayor actividad tendente a eludir la censura de sus contenidos que en la red TikTok, lo que evidencia una mayor presión censora de la primera de las dos plataformas. Así mismo, podemos concluir que ambas redes sociales son percibidas, a grandes rasgos, en parámetros muy similares en todos los demás aspectos estudiados. Los resultados indican una unánime percepción de censura y una respuesta de autocensura de los jóvenes, pero manifestándose, en ambos casos, con índices moderados, tanto para Instagram como para TikTok.

Referencias

- Balkin, J. M. (2004). Virtual liberty: Freedom to design and freedom to play in virtual worlds. *Virginia law review*, 2043-2098. <https://doi.org/10.2307/1515641>
- Bard, G. y Magallanes, M. L. (2021). Instagram: La búsqueda de la felicidad desde la autopromoción de la imagen. *Culturales*, 9(1), 519. <https://doi.org/10.22234/RECU.20210901.E519>
- Bilewicz, M. y Soral, W., (2020). Hate speech epidemic. The dynamic effects of derogatory language on intergroup relations and political radicalization. Wiley Online Library M Bilewicz, W Soral Political Psychology, 2020. Wiley Online Library, 41(S1), 2020. <https://doi.org/10.1111/pops.12670>
- Conde, M. A. (2024). Explorando las tendencias y tácticas de control en internet: un análisis global de los bloqueos y censura en redes sociales. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 57, 1-19. <https://doi.org/10.15198/seeci.2024.57.e870>
- Evolvi, G. (2019). Islamexit: inter-group antagonism on Twitter. *Information, Communication & Society*, 22(3), 386-401. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1388427>
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions that Shape Social Media*. Yale University Press.
- Gomes-Franco-Silva, F. y Sendín-Gutiérrez, J. C. (2014). Internet como refugio y escudo social: Usos problemáticos de la Red por jóvenes españoles. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 22(43), 45-53. <https://doi.org/10.3916/C43-2014-04>
- Gorwa, R., Binns, R. y Katzenbach, C. (2020). Algorithmic content moderation: Technical and political challenges in the automation of platform governance. *Big Data & Society*, 7(1). <https://doi.org/10.1177/2053951719897945>
- Heath, A. (2022, junio 15). Facebook plans 'discovery engine' feed change to compete with TikTok | The Verge. <https://www.theverge.com/2022/6/15/23168887/facebook-discovery-engine-redesign-tiktok>
- Instagram (2025). Normas comunitarias. Servicio de ayuda de Instagram. https://es-es.facebook.com/help/instagram/477434105621119/?helpref=hc_fnav
- Jansen, S., y Martin, B. (2015). The Streisand effect and censorship backfire. *International Journal of Communication*, 9, 656-671. <https://1932--8036/20150005>
- Llansó, E., Hoboken, J., Leersen, P. y Harambam, J. (2020). *Artificial Intelligence, Content Moderation and Freedom of Expression*. Transatlantic Working Group.
- MacKinnon, R. (2012). Consent of the networked: The worldwide struggle for Internet freedom. *Politique étrangère*, 50(2), 432-463. <https://dl.acm.org/doi/abs/10.5555/2530486>
- Martínez-Sánchez, M. E., Vicario, L. M., y Nicolas-Sans, R. (2022). Censura y Redes Sociales: El caso de Zahara. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review/Revista Internacional de Cultura Visual*, 10(1), 1-10. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3554>
- Martínez-Valerio, L., y Mayagoitia-Soria, A. (2021). Influencers y mensajes de odio: jóvenes y consumo de contenidos autocensurados. *Revista Prisma Social*. <https://hdl.handle.net/10115/30379>
- Pérez, G. E. M. y El Mecky, N. (2024). Un enfoque de derecho contractual para la censura privada del arte en plataformas de redes sociales. *IDP: revista de Internet, derecho y política*, (41), 3. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9700831>
- Pérez, R. V., Catalina-García, B. y de Ayala, M. C. L. (2019). Participación y compromiso de los jóvenes en el entorno digital. Usos de las redes sociales y percepción de sus consecuencias. *Revista Latina de comunicación social*, (74), 554-572. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1345>
- Pino, E. B., Quero, H. J., & Díaz, G. H. (2022). Esplendores y miserias de las redes sociales. *Comunicación: estudios venezolanos de comunicación*, (199), 127-142. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8856251>
- Piñeiro-Otero, T. y Martínez-Rolan, X. (2024). Interacciones digitales y desigualdad de género: Un estudio sobre el uso de Instagram entre alumnado universitario. *Gender on Digital. Journal of Digital Feminism*, 2, 33-56. <https://doi.org/10.35869/GOD.V2.5892>
- Ramírez, J. F., Corchado, D., Morejón, M., Ramírez, J. F., Corchado, D. y Morejón, M. (2021). Algoritmo para la medición y análisis de la autoridad e influencia de los usuarios en las redes sociales y

- profesionales. *PAAKAT: revista de tecnología y sociedad*, 11(21), 1-27. <https://doi.org/10.32870/PK.A11N21.598>
- Rosales, M. J. C., Ramírez, G. J. G., Velásquez, M. N. Z., Aguiriano, R. S. S. y Maradiaga, L. A. S. (2024). Libertad de expresión en las redes sociales: análisis de la censura automatizada por inteligencia artificial. *La Revista de Derecho*, 45, 295-310. <https://doi.org/10.5377/lrd.v45i1.19390>
- Sánchez-Holgado, P. y Benito, M. E. R. (2024). Nudes on the Internet: Social Perception of Body Censorship on Instagram and Twitter (X). *International Visual Culture Review. Revista Internacional de Cultura Visual*, 16(8), 107-120. <https://doi.org/10.62161/REVISUAL.V16.5416>
- San Juan, J. L. (2021). El control de contenidos en las redes sociales: la nueva forma de censura de la era digital. *Ibersid: revista de sistemas de información y documentación*, 15(2), 23-28. <https://doi.org/10.54886/ibersid.v15i2.4736>
- Serrano, J. (2016). Internet y emociones: nuevas tendencias en un campo de investigación emergente= Internet and Emotions: New Trends in an Emerging Field of Research. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación. Scientific Journal of Media Education: 46, 1, 2016*, 19-26. <http://dx.doi.org/10.3916/C46-2016-02>.
- Stewart, D. R., & Bunton, K. (2016). Practical Transparency: How Journalists Should Approach Digital Shaming and the Streisand Effect. *U. Balt. J. Media L. & Ethics*, 5, 4.
- Sturges, P. (2010). Misterio y transparencia: el acceso a la información en los dominios de la religión y la ciencia. *Ibersid: revista de sistemas de información y documentación*, 4, 21-28. <http://www.ibersid.eu/ojs/index.php/ibersid/article/viewFile/3863/3643>.
- Vizcaíno-Laorga, R., Catalina-García, B. y de Ayala-López, M. C. L. (2019). Participation and commitment of young people in the digital environment. Uses of social networks and perception of their consequences. *Revista Latina de Comunicación Social*, (74), 554-572. <http://www.revistalatinacs.org/074paper/1345/28en.html>