

// ARTÍCULO

Reescribiendo la narrativa: TikTok como herramienta para deconstruir los estereotipos sobre el África subsahariana

Rewriting the narrative: TikTok as a deconstruction tool for stereotypes about Sub-Saharan Africa

Recibido: 8 de enero de 2023
Solicitud de modificaciones: 4 de diciembre de 2023
Aceptado: 11 de diciembre de 2023

Natercia Luisa Lázaró

Universidade Eduardo Mondlane
natercialazaro@gmail.com

Alejandra Walzer Maskovic

Universidad Carlos III de Madrid
awalzer@hum.uc3m.es

Resumen

A través del perfil de TikTok de Charity Ekezie, este estudio investiga el uso de esta plataforma como medio alternativo para combatir la imagen negativa asociada al África subsahariana. Se ha adoptado un enfoque cuantitativo y cualitativo, seleccionando de forma no probabilista intencional, los cuarenta y cinco vídeos que han tenido más repercusión entre 2022 y 2023 en el perfil de la *tiktoker*. El objetivo del estudio se ha centrado en analizar los temas tratados en los contenidos generados en el perfil de TikTok de Charity Ekezie, especialmente aquellos temas que, de alguna manera, perpetúan los estereotipos sobre el continente africano. Los resultados del análisis demuestran que la comunicación de Ekezie es eficaz a la hora de presentar historias del continente desde su propia perspectiva, contribuyendo así a la difusión de narrativas positivas y en el cambio de las percepciones estereotipadas que gran parte de sus seguidores no africanos tienen sobre África.

Palabras clave: África subsahariana, estereotipos, Charity Ekezie, redes sociales, TikTok.

Abstract

Through the TikTok profile of Charity Ekezie, this study investigates the use of this platform as an alternative means to combat the negative image associated with Sub-Saharan Africa. The research adopted a quantitative and qualitative approach, intentionally selecting the forty-five videos that have had the most impact between 2022 and 2023 on the tiktoker's profile. The study's objective has been to analyze the topics addressed in the videos generated on Charity Ekezie's TikTok profile, particularly on those topics that, in some way, perpetuate stereotypes about the African continent. The results of the analysis demonstrate that Ekezie's communication is effective in presenting stories from the continent from her own perspective, thereby contributing to the dissemination of positive narratives and changing the stereotypical perceptions that many of her non-African followers have about Africa.

Keywords: Sub-Saharan Africa,; stereotypes, Charity Ekezie, social media, TikTok.

1. Introducción

En general, desde Europa y Estados Unidos, muchas personas tienden a percibir al continente africano como un lugar de tribus sin historia, pobreza, desastres naturales, animales salvajes y desgracias. Esta visión se ve reforzada por numerosos medios de comunicación occidentales, que constituyen la principal fuente de información para gran parte del mundo exterior sobre África (Hafaouni, 2022).

Adicionalmente, es común ver en las películas europeas y de Hollywood una imagen de África asociada con guerras, pandemias, hambrunas y peligros que da lugar a una visión muy similar a la representada a finales del siglo XIX durante el auge de la dominación imperialista y neocolonial

sobre los países africanos (Melo, 2011). Insistir en discursos negativos sobre África pone en evidencia la existencia de prejuicios hacia el continente, tanto por parte de los medios como de las personas, pero, en el contexto actual, existe la posibilidad de utilizar los recursos que ofrece la tecnología para informarse y conocer otros aspectos que también forman parte del continente africano.

De esta manera, ante la difusión de una realidad bastante homogénea y limitada sobre África en los medios de comunicación generalistas, la tecnología, en especial las redes sociales, constituyen un “medio esencial en relación con la nueva estructura social y consecuentemente con la creación de conocimiento” (Torres, 2019, p. 22), puesto que, como afirma Chimamanda Ngozi Adiche (2009), hay necesidad de escuchar muchas más historias para encontrar un equilibrio de narrativas, experiencias y realidades diversas.

La presencia de los africanos en las redes sociales que muestran al mundo otras dinámicas del continente pone en evidencia el papel crucial que estas plataformas pueden desempeñar en la promoción del conocimiento y la interculturalidad, fomentando el entendimiento mutuo, el enriquecimiento a través de la diversidad y la convivencia pacífica.

Es por ello que esta investigación propone, desde el estudio de caso del perfil de Charity Ekezie en TikTok, explorar el potencial de las redes sociales como herramienta para deconstruir los estereotipos sobre África y así comprender cómo la creación de contenidos en las redes sociales puede desafiar las narrativas equivocadas y suscitar una representación que se ajuste a la realidad del continente.

Charity Amaka Ekezie es una periodista nigeriana que se unió a la plataforma TikTok durante el *lockdown* mundial en 2020 y se convirtió en una *influencer* cuando se dedicó a exponer manifestaciones absurdas de algunas de las ideas que ciertos usuarios tienen sobre África. Mientras recibía comentarios sobre la cultura africana, a Charity le molestaban las preguntas condescendientes sobre los países africanos que le hacían los usuarios, especialmente de Estados Unidos y el Reino Unido. Debido a su capacidad para enfrentarse a los estereotipos y desmentirlos mediante el humor y el sarcasmo, ganó fama en la plataforma, convirtiéndose en la *tiktoker* más seguida de África. En definitiva, en su cuenta de TikTok, los temas que selecciona son una reinterpretación de las preguntas de sus seguidores. En 2023, Charity Ekezie cuenta con más de 2,7 millones de seguidores y más de 61 millones de “me gusta” en su perfil.

En su contenido no solo usa un lenguaje irónico, sino que la puesta en escena es, asimismo, peculiar. Se puede decir que existe un estilo propio que define a los contenidos de Ekezie tanto en lo discursivo como en lo visual. El vídeo empieza enunciando la pregunta de un seguidor a la que responde con ironía y acaba siempre diciendo: “Yeah!”, algo que se convertido ya en un rasgo de estilo. Usa, por lo general, una cámara fija que, desde un punto de vista frontal, se centra en un encuadre en el que el entorno, los elementos, las personas y sus vestimentas también comentan de forma graciosa el enunciado de la pregunta que se dispone a responder. Por citar un ejemplo, cuando aborda la pregunta formulada por un usuario de TikTok “¿Cómo dan a luz las mujeres en África?”, Charity Ekezie aparece vestida con ropa tradicional africana; a sus espaldas hay un osito de peluche, un cartel con un diseño infantil de Hello Kitty y en la pared cuelga un plato de

mimbre. Ella, en plano medio, lee la pregunta (que también está impresa en pantalla) y responde con gesto serio: “Las mujeres no dan a luz en África porque los africanos no nacen, sino que caen del cielo. Cada vez que una familia desea un niño va a hablar con el hechicero y se colocan en un gran círculo. Entonces él hace algunos encantamientos y plegarias. Inmediatamente un puente de arcoíris se abre y de él cae un niño directamente en los brazos de la familia. Entonces se llevan al niño a casa y lo crían. Así es como tenemos niños en África, Yeah!”.

Con la ironía, que a veces llega al ridículo, como en el ejemplo arriba citado, su objetivo es mostrar al público la otra cara de África, que a menudo se pasa por alto, así como deconstruir ideas erróneas y condescendientes hacia el continente, poniendo en evidencia –en no pocas ocasiones– lo absurdo de las preguntas que recibe. En ocasiones no hay una información positiva que ella ofrezca en sentido estricto, sino que la muestra a través del absurdo, usando explicaciones fantasiosas que pueden ridiculizar estereotipos, y contradiciendo prejuicios a través del atrezo.

Este estudio pretende analizar cómo Charity Ekezie utiliza TikTok como medio alternativo para cuestionar los estereotipos sobre el continente africano. Para ello, se mapearán los principales temas que trata en sus publicaciones, se examinará la frecuencia con la que se mencionan estos estereotipos en sus comentarios y se describirán aquellos que los seguidores de Charity Ekezie tienen sobre África.

2. Los estereotipos y su origen en la percepción de África

Según Lippmann (2008), los estereotipos son representaciones mentales simplificadas que se utilizan para comprender la realidad social. A menudo se construyen a partir de información fragmentada y, en algunos casos, incorrecta que las personas absorben de su entorno.

Así, Esteban e Ibáñez (2013) afirman que las ideas estereotipadas son descripciones que se formulan sin ningún tipo de contacto o conocimiento directo de las realidades o grupos diferentes a los que se refieren, basándolas en las características humanas, el origen social, la ideología, la orientación religiosa, el género, la edad, el grupo étnico y la educación.

Es importante señalar que, cuando las interacciones están enmarcadas por estas creencias, los estereotipos sociales tienen una influencia en la conducta y el comportamiento sociales (Lima y Pereira, 2004) y así es como pueden convertirse naturalmente en formas convencionales y aceptadas de pensar, de hablar, de hacer chistes... al sugerir cómo se comporta determinado grupo (Gamarnik, 2009). Por ello, como señalan Alsina et al. (2006), la generalización y simplificación por parte de otros es un fenómeno común en el que los casos negativos de individuos suelen presentarse como representantes de todo el colectivo.

Antes de la histórica expedición de Mungo Park por el río Níger en 1795, patrocinada por la Royal Geographical Society, los colonizadores blancos se habían limitado a explorar las zonas costeras de África, ya que el interior se consideraba misterioso y desconocido, lo que alimentaba las conjeturas sobre la existencia de pueblos salvajes primitivos, atrasados y caníbales (Dokotum, 2020). Hasta la Edad Media, los europeos y los americanos creían que el África subsahariana estaba habitada por animales salvajes y seres humanos peludos de aspecto animal. Al mismo tiempo que se presentaba África como un continente hostil y primitivo, el imaginario popular lo asociaba a un

reino perdido (Thomaz, 2022). Finalmente, los europeos no solo establecieron su presencia en las costas africanas, sino que también penetraron finalmente en el interior (De Diego y Margueliche, 2012).

Cheikh Anta Diop sostiene que “el mito de la inferioridad de los negros se originó en el siglo xv con el encuentro entre comerciantes europeos y africanos y se extendió con la trata de esclavos en el Atlántico y la empresa colonial” (Burgos 2007, p. 40) Tiempo más tarde, tras la abolición del comercio de esclavos, la esclavitud se reinterpreto como una manifestación del primitivismo africano, y se echó la culpa de esta práctica a la supuesta inferioridad de los propios africanos, en lugar de considerar el papel central de Europa en la explotación y el comercio de estos (Dokotum, 2020).

Como se puede notar, los europeos justificaban sus actos de violencia contra los negros de África basándose en una teoría racista apoyada en intereses políticos e ideológicos para ejercer su dominio del continente (Macedo, 2008).

Este proceso de estereotipación también se reflejó en la forma en que los europeos y los estadounidenses ignoraron a los pueblos indígenas de América y a los negros africanos, tachándolos de primitivos (Verdú, 2012). Con el tiempo, este estigma contribuyó a un desarrollo de conocimientos que perpetuó la visión de África como una nación atrasada y cruel.

En lo que respecta a los medios de comunicación, cabe destacar que muchos de ellos acaban siendo responsables de la perpetuación de la imagen negativa de África en el imaginario occidental (Hafaouni, 2022) una vez que actúan como mediadores en el proceso de creación de un universo consensuado de representaciones sociales (Bonomo y Batista, 2017).

2.1. Redes sociales en el África subsahariana

El fenómeno de las redes sociales es reciente en términos de la historia de los medios de comunicación y constituye un fenómeno innovador y global que se presenta con similitudes, y algunas características específicas, en cada región. Para comprender la utilización de las redes sociales en el África subsahariana es necesario, primero, conocer el nivel de penetración tecnológica, ya que esto es lo que determina la forma en la que se utilizan las redes sociales y quién tiene acceso a ellas.

Según el informe de la International Telecommunication Union (2022) la penetración de internet en África, en general, es relativamente baja en comparación con otras regiones del mundo: en 2022, era de alrededor del 30 %. Aunque, como es notorio, existen muchos desafíos que las personas deben superar para tener acceso a internet, hay una creciente penetración cuando se comparan fechas en el intervalo entre 2010 y 2020, porque a lo largo de este periodo se ha pasado de un 4,1 % hasta un 23,8 % de acceso a la red (ITU, 2021).

En los últimos años, el creciente uso de la banda ancha móvil está permitiendo a millones de personas acceder a una cobertura de red de mejor calidad, lo que hace que las TIC estén cada vez más extendidas. Según un informe de la GSMA, acrónimo de Global System for Mobile Communications (GSMA, 2021) la adopción de *smartphones* en la región hace que aproximadamente la mitad de la población tenga conexión. Este incremento en el uso masivo de estos

dispositivos se sitúa ampliamente entre personas de bajos ingresos. El informe del año 2022 sobre la evolución de la conexión a internet a través de los teléfonos móviles muestra que en 2021 un 22 % de la población del África subsahariana ya estaba conectada de esta manera, aunque se observe una brecha de utilización del 61 % y una laguna de cobertura del 17 % (Bahia y Delaporte, 2022).

En lo que se refiere a las redes sociales, se observa que su uso ha aumentado significativamente en la última década en el África subsahariana, aunque la penetración de internet tanto a través del teléfono como de fibra óptica sigue siendo baja. En 2021, la tasa de penetración de las redes sociales en la región era del 16 %, lo que equivale a alrededor de 216 millones de usuarios (Bahia y Delaporte, 2022).

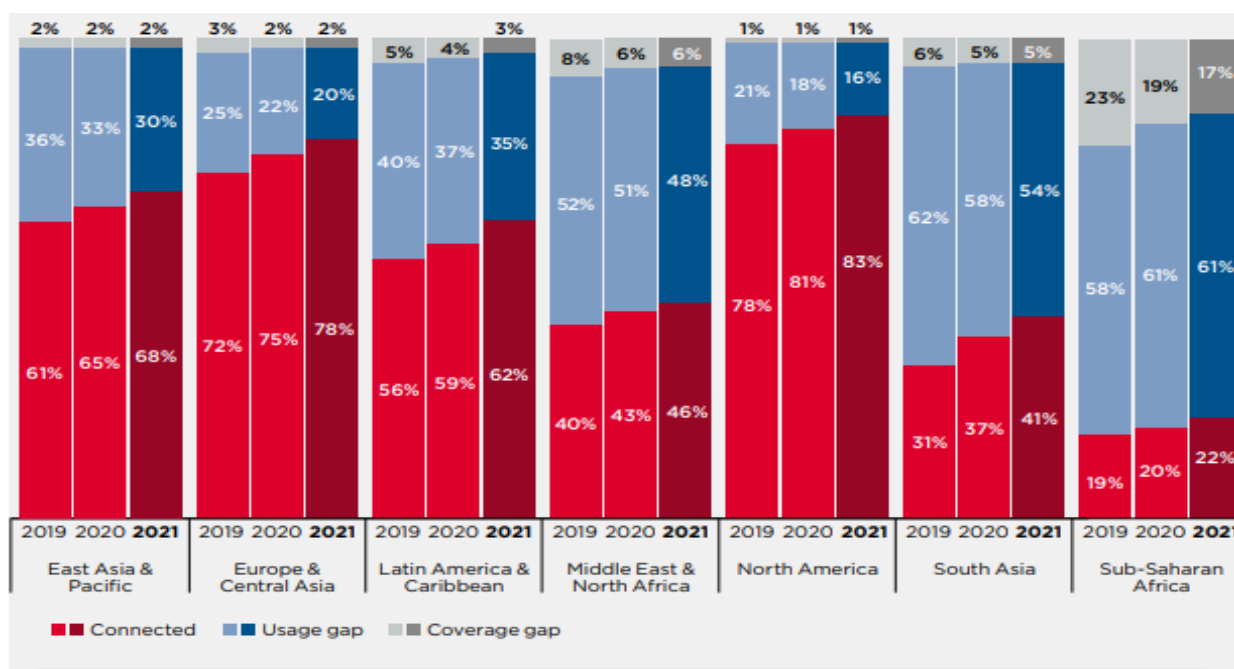


Figura 1: Penetración de internet en el mundo
Fuente: Bahia y Delaporte, 2022.

La figura 1 se ha extraído del informe de la agencia creativa We Are Social. De acuerdo con esta agencia (2022), al analizarse el porcentaje de usuarios de redes sociales del África subsahariana según una división político-geográfica, se nota que los mayores porcentajes de usuarios se encuentran en el África austral (45 %), seguido del África occidental (16 %). Los porcentajes más bajos se encuentran, por otro lado, en el África oriental (10 %) y central (8 %), respectivamente.

Según We Are Social (2022), Facebook (con más de 170 millones de usuarios) fue la red más utilizada en enero de 2022 en el África subsahariana, seguida por WhatsApp (más de 120 millones), YouTube (más de 100 millones), Instagram (más de 25 millones) y Twitter (más de 20 millones).

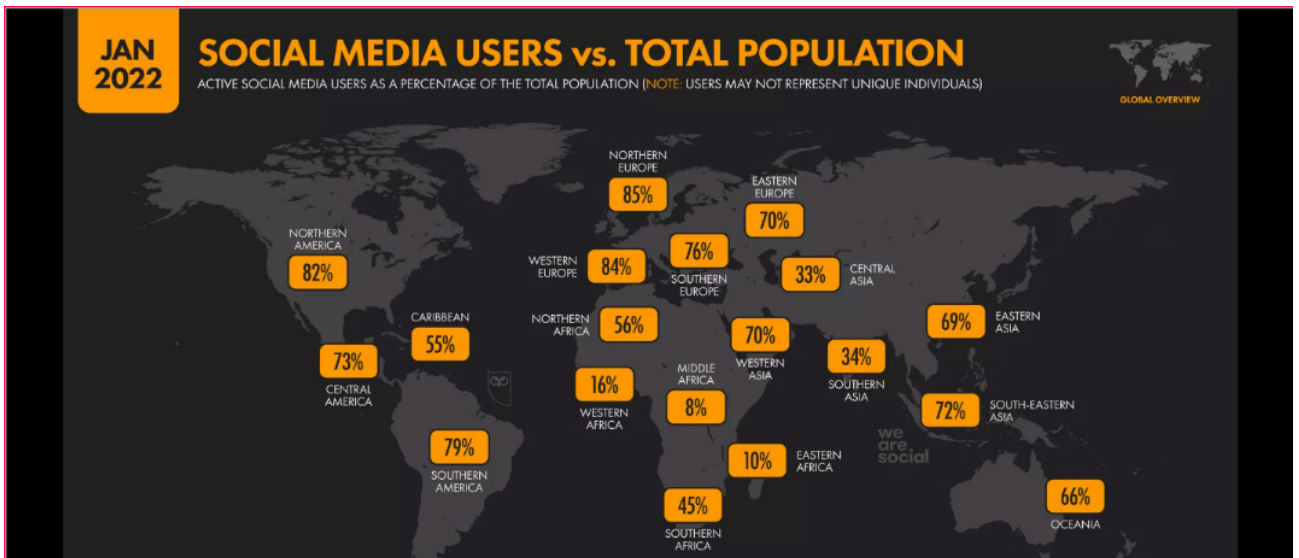


Figura 2: Usuarios de redes sociales
 Fuente: We Are Social, 2022.

Los datos recientes sobre las redes sociales más utilizadas en el mundo publicados por We Are Social (2023), muestran que Facebook sigue siendo la plataforma más utilizada tanto a nivel global como en la región del África subsahariana. Sin embargo, se verifica igualmente la creciente utilización tanto al nivel global como regional de redes sociales como WeChat y TikTok.

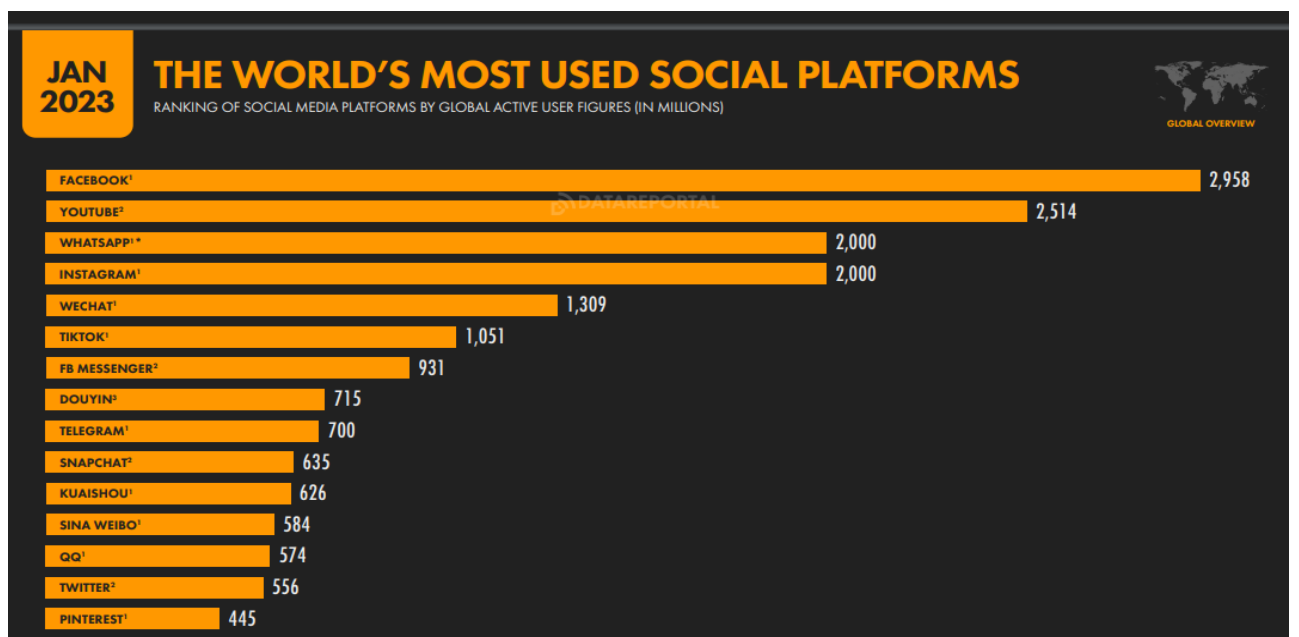


Figura 3: Plataformas más utilizadas a nivel global
 Fuente: We Are Social, 2021.

Las redes sociales se utilizan cada vez más para satisfacer diversas necesidades, por ejemplo, muchas personas no solo las usan para entretenerse y comunicarse, sino también con fines comerciales y para acceder a noticias (Bahia y Delaporte, 2022).

En lo que se refiere a TikTok, red social objetivo de nuestro estudio, se observa que, desde su lanzamiento en 2016, ha experimentado un crecimiento exponencial al nivel mundial. De acuerdo

con Permana y Meinarni (2021), desde su consolidación a lo largo de 2018 y 2019, ha conseguido el estatus de aplicación más descargada. Actualmente es una de las más visitadas del mundo y cuenta con más de 800 millones de usuarios activos (Monteiro, 2021).

Otro aspecto a considerar, y que permite al usuario destacar usando esta aplicación, "es por la audiencia estratégica a la que llega, alrededor del 66 % de sus usuarios tienen menos de treinta años, una generación de jóvenes conectados en su mayoría entre quince y veinticinco años que suelen grabar *sketchs* de humor o doblajes de canciones, películas, series y otros vídeos de internet" (Monteiro, 2021).

En sus inicios se compartían vídeos de quince segundos a un minuto, pero desde julio de 2021 se pueden compartir de hasta tres minutos (Santos, 2022). El contenido de esta aplicación es en su totalidad audiovisual, e incluye un alto número de filtros, sonidos, canciones... así como la opción de realizar incluso una posproducción, como parte de las posibilidades de la propia *app* (Conde del Rio, 2021). Las funcionalidades que la red social ofrece permiten viralizar la información de forma masiva sin las interrupciones de contenido publicitario que normalmente se genera en otras redes sociales, y esto hace que los usuarios disfruten aún más al navegar por esta red (Granda, 2021). Otro aspecto interesante es que también cuenta con diferentes botones de acción: "me gusta", "comentar", "compartir en otras plataformas", como en WhatsApp, Instagram... entre otros.

Probablemente esas características son las que hicieron que surgiese la figura del *tiktoker*, equiparable a la del *influencer* en Instagram. Se trata de usuarios que acumulan un gran número de seguidores y son celebridades en la plataforma. En este sentido, se puede considerar que TikTok es una plataforma ideal para producir y compartir contenidos que busquen exponer conocimiento, valores culturales y a la vez deconstruir los estereotipos que se tienen sobre diversas naciones de manera creativa y divertida. Así lo entendió Charity Ekezie.

3. Metodología

Para llevar a cabo el estudio, se emplearon los métodos cuantitativos y cualitativos con características descriptivas, con vistas a identificar aquellos vídeos que tuvieron mayor difusión en términos de visitas, "me gusta", comentarios y veces que se han compartido. La cuantificación de las reacciones generadas por los contenidos producidos por Charity en su perfil de TikTok también ha permitido identificar los temas abordados por la *tiktoker* en sus vídeos, así como aquellos que suscitan mayor interés entre el público, puesto que, en el contexto de las redes sociales, se evalúa el *engagement* según el número de reacciones que los contenidos publicados generan.

En el perfil de TikTok de Charity Ekezie se identificaron 345 vídeos publicados desde mayo de 2020 hasta abril de 2023. La muestra se seleccionó intencionadamente, por eso se han elegido los cuarenta y cinco vídeos más visualizados entre 2022 y 2023. Se ha considerado este intervalo, ya que se ha identificado que esta fue la época en el que la Charity Ekezie publicó más contenido relacionado con la desmitificación de los estereotipos sobre África. Por otro lado, y no menos importante, se ha realizado una entrevista semiestructurada a la *tiktoker* para abordar con ella de forma más extensa algunas de las cuestiones relacionadas con la investigación.

4. Resultados

Después de haber explicado las metodologías aplicadas al estudio, presentamos en este punto los principales resultados. Es importante destacar que, para facilitar el proceso, fue necesario extraer y agrupar, a partir de un análisis cualitativo, las temáticas abordadas por Charity en sus vídeos. Y en una segunda fase, identificar los estereotipos relacionados con los temas que trataba en ellos.

En la tabla 1, se explica el significado de cada temática de forma que se facilite la comprensión del análisis. También es necesario señalar que estos significados se extrajeron en función de las declaraciones de Charity con respecto a estos temas.

Temáticas	Descripción
Social	Pobreza extrema, desarrollo urbano.
Económica	Acceso a recursos económicos y financieros.
Educación	Alfabetización y dominio de idiomas.
Tecnológica	Penetración y acceso a internet.
Cultural	Dinamismo y diversidad cultural.

Tabla 1: Temáticas tratadas por Charity Ekezie
Fuente: Elaboración propia.

Dentro de estas temáticas, se han identificado varios estereotipos asociados a ellas que Charity intenta abordar en sus vídeos. En la tabla 2, se explican las cuestiones relacionadas con esos estereotipos.

Estereotipos	Descripción
Retraso y falta de acceso tecnológico	En África no hay internet, no hay electricidad ni teléfonos.
Primitivismo	Los africanos viven en chozas, las personas viven sin ropa.
Pobreza extrema	En África no hay comida ni agua. No hay cepillos de dientes para la higiene bucal.
Diversidad geopolítica de África	Los países del norte magrebí no integran el continente africano. Existencia de un país que se llama África.
Falta de desarrollo urbano	En África no hay edificios modernos, no hay carreteras.
Competencia educacional y cultural	Los africanos no saben leer y hablan solo idiomas de origen africano.

Tabla 2: Significado de los estereotipos
Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a los estereotipos mencionados y a su frecuencia, se observa que los que más aparecen se refieren al retraso y la falta de acceso a la tecnología (38 %), seguidos de la extrema pobreza con un 31 %. En cuanto al primitivismo y la homogeneización de África, la frecuencia de mención es del 13 % para cada uno, y finalmente, la falta de infraestructura urbana se mencionó en un 5 % de los comentarios.

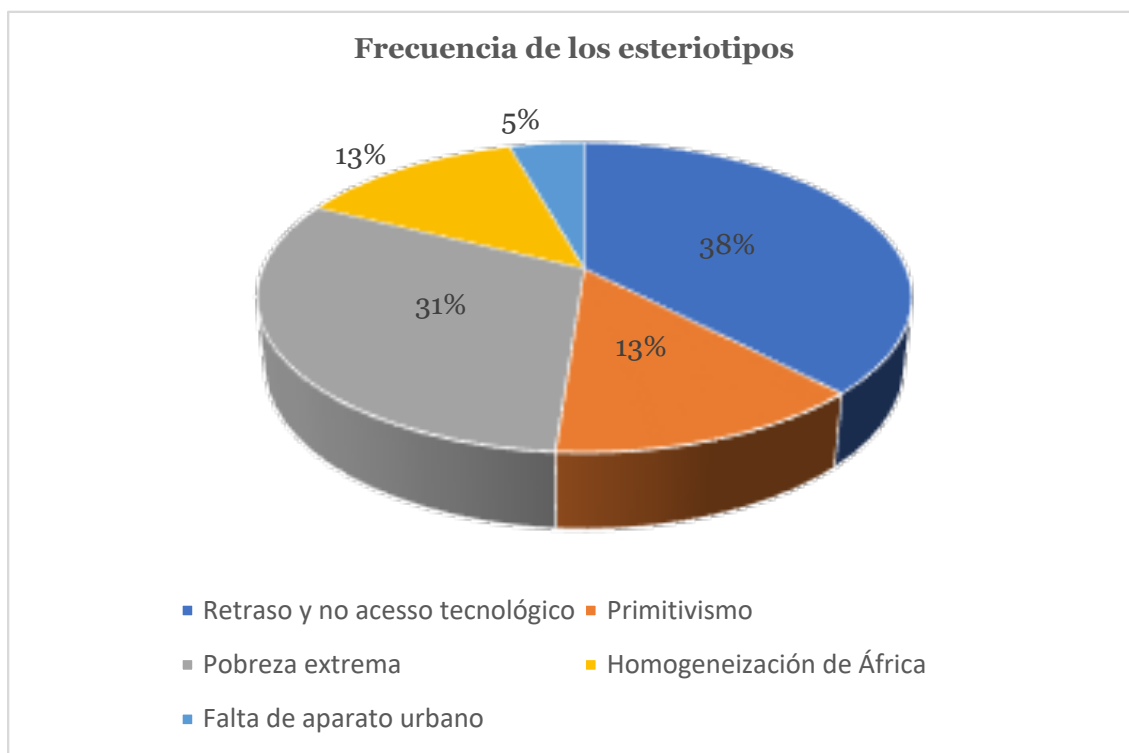


Figura 4: Mención de estereotipos
Fuente: Elaboración propia.

Los estereotipos abordados por Charity Ekezie están estrechamente vinculados a las percepciones que sus seguidores suelen tener sobre el continente africano, de hecho, la *tiktoker* los extrae de los comentarios y preguntas que estos le hacen. Ese es el punto de partida que toma en cuenta para crear sus vídeos en un intento de responder de manera sarcástica y desmontar estas ideas preconcebidas que existen sobre África.

Para dar una idea de esto, hemos seleccionado doce vídeos con el objetivo de analizarlos con el propósito de mostrar las preguntas que los seguidores de Charity hacen sobre África. Estas conforman los propios títulos de las publicaciones.

Como se muestra en la tabla 3, estas respuestas han generado numerosas reacciones en términos de visualizaciones, comentarios, “me gusta” y veces compartidos. Según mencionó Charity en la entrevista que le hicimos, esto se interpreta como un logro positivo en su esfuerzo por presentar diferentes perspectivas sobre África utilizando el humor y el sarcasmo como herramientas para contrarrestar la imagen desfavorable que prevalece en los medios de comunicación. En su experiencia, el éxito que la acompaña le hace constatar que las redes sociales pueden considerarse un medio alternativo eficaz para deconstruir y reconstruir narrativas.

En la tabla 3, como hemos mencionado, se presentan los títulos de los vídeos del perfil de TikTok de Charity Ekezie, que, ya en sí mismos, ponen de manifiesto los estereotipos que hemos mencionado con anterioridad. A partir de estos títulos, es posible identificar estereotipos relacionados con el retraso tecnológico, la homogeneización y la separación de África, la pobreza extrema, el primitivismo y la falta de desarrollo urbano.

Títulos de los vídeos	Visualiza- ciones	“Me gusta”	Número		Estereotipos asociados
			Comentarios	Veces compartido	
¿Hay electricidad en África?	17,7 M	3,2 M	33,4 K	120,2 K	
¿Hay internet y TikTok en África?	11,4 M	1,8 M	32,0 K	22,7 K	Retraso tecnológico.
¿Es África un continente?	4,2 M	597,5 K	24,2 K	13,2 K	
¿El norte de África cuenta como África?	1,7 M	149,3 K	7283	1839	Homogeneización y separación de África.
¿Como consiguen agua?	1,2 M	143,1 K	5133	3570	
Mi mamá dijo que no hay comida en África	1,8 M	211,5 K	4156	1818	Pobreza extrema.
¿Sabén inglés los africanos?	3,2 M	590,9 K	9773	7662	
¿Pueden leer los africanos?	2,9 M	528,8 K	6904	22,8 K	Competencia educacional y cultural.
¿Viven todos en chozas con techo de paja?	2,7 M	381,3 K	12,0 K	5141	
¿En África tenéis ropa?	3,3 M	508,2 K	9243	8703	Primitivismo.
¿Tenéis edificios altos en África?	760,2 K	62,3 K	1383	588	
¿Tienen aeropuerto en África?	478,9 K	52,3 K	1156	861	Falta de desarrollo urbano.

Tabla 3: Reacciones y estereotipos en los comentarios
Fuente: Elaboración propia.

5. Conclusión

Este estudio investigó el uso de la red social TikTok, a través del perfil de Charity Ekezie, como herramienta para desmitificar los estereotipos sobre África. De esta forma, se constató que la *tiktoker* ha alcanzado un número significativo de seguidores a través de su perfil, rompiendo las fronteras geográficas y culturales, lo que refleja un creciente interés por los contenidos que crea y comparte, que se ha medido a través de visitas, “me gusta”, comentarios y veces compartidos.

Esta cantidad de reacciones demuestran el alcance mundial de las redes sociales, que permiten a personas como Charity Ekezie convertirse en narradores de sus propias historias, así como compartir sus experiencias y perspectivas sobre África de forma independiente, ampliando las oportunidades de presentar diferentes visiones y significados de esta región.

Por otro lado, se ha verificado que los contenidos que generan más interacción y captan el interés de los usuarios están relacionados con temas sociales y tecnológicos, que abarcan comentarios o preguntas sobre si África es un continente, si los africanos viven en chozas, si tienen tecnología e internet o cómo obtienen agua y alimentos. Estos comentarios no solo denotan una falta de conocimiento sobre África, sino que también revelan estereotipos profundamente arraigados sobre la imagen de un continente que ha sufrido la esclavitud y que, en la percepción errónea de algunos, sigue estando por detrás de otras partes del mundo en términos de progreso.

Los comentarios que se hacen en los vídeos tienen el efecto de generar más vídeos, como explicó Charity en la entrevista, ya que el proceso de selección de temas se basa en las preguntas y comentarios que recibe de sus seguidores. Ella explica que es en estas interacciones en lo que se

centra, y selecciona aquellas que cree que pueden contribuir a una mejor educación sobre África para un público no africano, aunque también cuente con seguidores en el propio continente.

Charity aborda estos temas con un toque de humor y sarcasmo, sin asociarlos al subdesarrollo y la pobreza. En su opinión, el uso de la ironía y el humor desempeñan un papel crucial para aumentar la visibilidad de su perfil de TikTok y difundir su mensaje a un público más amplio. Al contrastar la realidad con las narrativas estereotipadas de forma atractiva, facilita a los usuarios la comprensión de su mensaje y los estimula a cuestionar y reevaluar sus propias opiniones y prejuicios sobre África.

Los estereotipos identificados no solo indican una reticencia a buscar conocimientos más profundos, sino también una falta de interés por reflexionar críticamente sobre las informaciones que los medios de comunicación difunden de otras relacionadas con otras realidades. Esta falta de interés tiene como consecuencia la simplificación de estas realidades y perpetuación de aspectos negativos relacionados con el continente africano.

Referencias bibliográficas

- Adiche, Chimamanda Ngozi [TED] (7 de octubre de 2009). *Chimamanda Adichie: El peligro de la historia única* [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=D9lHs241zeg&t=650s>
- Alsina Rodriguez, Miguel, Dijk, Teun Van, Martinez Granados, Antolín y Wagman, Daniel (2006). *El periodismo ante el reto de la inmigración*. Convivir sin racismo.
- Álvarez, Natalia Terrádez (2020). *TikTok: una exploración sobre la difusión de los estereotipos sociales* [Trabajo de fin de Master]. Universidad de Valladolid.
- Arakpogun, Emmanuel Ogiemwonyi, Elsahn, Ziad, Nyuur, Richard, Olan, Femi (2020). Threading the needle of the digital divide in Africa: The barriers and mitigations of infrastructure sharing. *Technological Forecasting and Social Change*, 161, 120-263.
- Bahia, Calvin, y Delaporte, Anne (2022). The State of Mobile Internet Connectivity 2022. GSMA.
- Bonomo, Mariana y Batista Rangel, Roberta (2017). Representações sociais de imigração e imigrantes em mídia espanhola, italiana e portuguesa. *Quaderns de Psicologia*, 19(3), 211-227. <https://doi.org/10.5565/rev/qpsicologia.1357>
- Burgos, Bartolome (2007). *Culturas africanas y desarrollo: intentos africanos de renovación*. Fundación Sur.
- Conde del Rio, Manuel Antonio (2021). Estructura mediática de TikTok: estudio de caso de la red social de los más jóvenes. *Revista de Ciencias de La Comunicación e Información*, 26, 59-77. <http://doi.org/10.35742/rcci.2021.26.e126>
- De Diego, Paolla y Margueliche, Juan Cruz (2012). Construyendo las miradas de África Subsahariana. Un abordaje desde el discurso, *UNLP*, 14.

- Dokotum, Okaka Opio (2020). *Hollyhood and Africa: Recycling the Dark continente Myth 1908-2020*. AHP publications.
- Esteban, Prudencia y Ibáñez, Patricia (2013). ¿Cómo se transmiten los estereotipos culturales y sexistas a través de las imágenes de las tic en los libros de texto? *Enseñanza & Teaching*, 31(1), 109-125.
- Florentín, Bernardo (2022). Tiktok. *Mundocuenta*. <https://www.mundocuentas.com/tiktok/#Caracteristicas>
- Gamarnik, Cora Edith (2009). Estereotipos sociales y medios de comunicación: Un círculo vicioso. *Question*, 1(23), 1-5, <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/826>
- Granda, Betty Nataly (2021). *Análisis del uso de la red social tiktok como medio de difusión de contenido audiovisual profesional en Ecuador* [Trabajo de fin de Máster]. Universidad Católica de Santiago de Guayaque.
- GSMA (2021). *GSMA - Representing the worldwide mobile communications industry*.
- Hafaouni, Noura Elfassi (2022). África en el imaginario occidental: Imagined Western Representations of Africa. *Revue Des Sciences Humaines et Sociales de l'Académie Du Royaume Du Maroc*, 1, 120-126.
- Hall, Sandra (2022). Digital report 2022: el informe sobre las tendencias digitales, redes sociales y mobile. *We Are Social*. <https://wearesocial.com/es/blog/2022/01/digital-report-2022-el-informe-sobre-las-tendencias-digitales-redes-sociales-y-mobile/>
- International Telecommunication Union (2022). *Global Connectivity Report 2022*. <https://www.itu.int/hub/publication/d-ind-global-01-2022/>
- ITU (2021). Digital trends in Africa 2021: Information and communication technology trends and developments in the Africa region 2017-2020. *ITU Publications*.
- Lima, Marcus y Pereira, Marcos (eds.) (2004). *Esteriôtipos, preconceitos e discriminação: perspectivas teóricas e metodológicas*. UFBA editora.
- Lippmann, W. (2008). *Opinião Pública*. Vozes.
- Macedo, Jose Rivair (2008). *Desvendando a história da África*. Editora UFRGS.
- Melo, M. (2011). A África nas telas: A indústria do cinema contemporâneo e sua cultura histórica eivada de estereótipos colonialistas. *ANPUH*, 14.
- Monteiro, Jean Carlos (2021). Aprendizagem criativano tiktok: novas possibilidades de ensinar e aprender durante o isolamento social. *Open Minds*, 2, 47-53.
- Neves Rodrigues, Liberia y Santomauro Gonçalves, Jéssica (2018). A importância da literatura africana no ensino da história e das culturas da África: a desconstrução da ideia de um continente genérico. *Triângulo*, 11(3), 87-99.
- Permana, I Putu Hendika y Meinarni, Ni Putu Suci (2021). Ratio Analysis on Tiktok (Social Media) for Qualitative Research Using Explorative Methods. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Jagaditha*, 8(1), 30-38. <https://doi.org/10.22225/jj.8.1.2944.30-38>

- Santos Sanchez, Paula (2022). El uso de TikTok por parte de los medios comunicación españoles. Universidad Francisco de Vitoria. <http://ddfv.ufv.es/handle/10641/3060>
- Thomaz, Fernanda (2022). *Um breve passeio pela história e culturas africanas*. Editora UFJF.
- Torres Maques, Ana Teresa (2019). A utilização das redes sociais digitais enquanto forma de influência Líderes de opinião digital: o caso de Mafalda Sampaio [Dissertação de Mestrado]. Escola superior de tecnologia e gestão.
- Verdú Pastor, Jaime (2012). Eurocentrismo, Europeísmo y Eurofobia. *UNAM*, 14.
- We Are Social (2023). *Digital 2023 global overview report: the essential guide to the world`s connerc behaviors*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>