

<https://doi.org/10.23913/ricsh.v12i23.307>

Artículos científicos

Entre el entretenimiento y la socialización: un acercamiento a la cultura digital adolescente a través de TikTok

Between entertainment and socialization: an approach to adolescent digital culture through TikTok

Entre o entretenimento e a socialização: uma abordagem da cultura digital adolescente por meio do TikTok

Héctor Jaime Macías Rodríguez

Universidad Autónoma de Baja California, México

hmacias@uabc.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0003-0279-2868>

Resumen

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) constituyen uno de los elementos centrales de la sociedad actual. Su desarrollo y expansión han posibilitado la emergencia de nuevas formas de comunicación, particularmente a través de las redes sociales digitales. Este artículo presenta los resultados de una investigación cuyo propósito fue conocer el uso que jóvenes estudiantes de preparatoria de la ciudad de Tijuana, México, hacen de la red social *TikTok*, al mismo tiempo que se procuró explorar la influencia que esta plataforma tiene en su vida cotidiana. Para ello, se recurrió a un enfoque metodológico cualitativo mediante la utilización de la técnica del grupo focal y la entrevista semiestructurada, con la finalidad de generar un acercamiento que permitiera conocer, desde el punto de vista de los propios adolescentes, las razones de uso de esa red social digital, los contenidos que consumen y su impacto. Los resultados indican que, a partir de sus características tecnológicas, esta red social cumple como principal función la de entretenimiento, la cual se entrelaza con procesos de aprendizaje informal en la cultura digital de los jóvenes y una influencia en los procesos de socialización.



Palabras clave: Medios sociales, TIC, redes sociales digitales, adolescentes, Tik Tok, socialización.

Abstract

Information and Communication Technologies (ICT) constitute one of the central elements of today's society. Its development and expansion have enabled the emergence of new forms of communication, particularly through digital social networks. This article presents the results of a research whose purpose was to know the use that young high school students from the city of Tijuana, Mexico make of the social network TikTok, while trying to explore the influence that this platform has on their daily lives. For this, a qualitative methodological approach was used through the use of the focus group technique and the semi-structured interview in order to generate an approach that would allow knowing from the point of view of the adolescents themselves the reasons for using this digital social network, the content they consume and its impact. The results indicate that, based on its technological characteristics, this social network fulfills the main function of entertainment, which is intertwined with informal learning processes in the digital culture of young people and influences socialization processes.

Keywords: Social media, ICT, digital social networks, adolescents, Tik Tok, socialization.

Resumo

As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) constituem um dos elementos centrais da sociedade atual. O seu desenvolvimento e expansão permitiram o surgimento de novas formas de comunicação, nomeadamente através das redes sociais digitais. Este artigo apresenta os resultados de uma investigação cujo objetivo foi conhecer o uso que jovens estudantes do ensino médio da cidade de Tijuana, no México, fazem da rede social TikTok, enquanto tentam explorar a influência que esta plataforma tem em suas vidas cotidianas. Para isso, foi utilizada uma abordagem metodológica qualitativa por meio do uso da técnica do grupo focal e da entrevista semiestruturada, com o objetivo de gerar uma abordagem que permitisse conhecer, do ponto de vista dos próprios adolescentes, os motivos da uso dessa rede social digital, o conteúdo que consomem e seu impacto. Os resultados indicam que, com base em suas características tecnológicas, essa rede social cumpre a função principal de entretenimento, que se confunde com



os procesos informais de aprendizagem na cultura digital dos jovens e influencia os processos de socialização.

Palabras-clave: Mídias sociais, TIC, redes sociais digitais, adolescentes, Tik Tok, socialização.

Fecha Recepción: Julio 2022

Fecha Aceptación: Enero 2023

Introducción

En la actualidad, distintos procesos y formas de socialización de jóvenes y adolescentes se encuentran estrechamente relacionados con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), particularmente con las redes sociales digitales (RSD). Las relaciones mediadas por la tecnología han sustituido gradualmente los tradicionales modelos de relación presencial, desplegando la posibilidad no solo de superar barreras espacio-temporales, sino también la transformación de los comportamientos, las relaciones y las identidades juveniles dentro de un modelo de complementariedad aumentada en entornos cada vez más digitalizados y con la consecuente ampliación de diversas formas expresivas (Alcoceba, 2013).

Asimismo, las RSD conforman un mundo en el que es posible promover procesos de autocomunicación de masas (Castells, 2009), en los cuales se configuran nuevos códigos y lenguajes, así como nuevas formas de relación social, interacción e intercambio de información que se caracterizan por integrar flujos de comunicación de uno a uno, uno a muchos y muchos a muchos otros en diversos contextos donde circulan complejas configuraciones de relación social que se unen por medio de la comunicación (Jensen, 2014). Dentro de este escenario de complejidad comunicativa, particularmente para los segmentos jóvenes de la población que corresponden actualmente a generaciones de nativos digitales, es decir, aquellas generaciones que nacieron y crecieron inmersas y rodeadas de la tecnología y el lenguaje digital (Prensky, 2001), las RSD se han convertido en herramientas mediadoras de diversas actividades y prácticas que irrumpen a través de su uso y apropiación como espacios donde disponen del tiempo libre y los efectos que todo ello supone en la estructura, actividades y vivencias del mismo (Rodríguez y Ballesteros, 2019), les posibilita desarrollar relaciones sociales con sus pares a través del consumo digital (Fernández, Ainhoa y Eguskiza, 2018), conectan intereses, ideales, motivaciones y establecen nuevas marcas territoriales (Hidalgo, 2019) y emplean de manera lúdica/utilitaria el contenido simbólico con distintos propósitos (Rubio, 2010).



La creciente importancia que han adquirido las RSD en la sociedad actual y en la vida cotidiana de las personas queda de manifiesto con los datos que indican que, en el año 2022, se contabilizaban en el mundo 4,700 millones de usuarios activos, que corresponde a un 59% de la población mundial, y en el caso de México se contabilizaba alrededor de 100 millones de perfiles activos en las RSD, equivalente a un 77.2% de la población total del país (We Are Social y Hootsuite, 2022). Asimismo, en una encuesta desarrollada en México por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) sobre uso y disponibilidad de tecnologías de la información en los hogares, se encontró que el 89% de los usuarios de internet en el país lo utilizaban para acceder a las RSD, siendo los segmentos de los grupos de la población entre 12 y 17 años los que presentaron un 90% (INEGI, 2022).

En este contexto, se hace necesario conocer cuál es el impacto que su uso tiene en la adquisición, el aprendizaje y la integración de elementos socioculturales de los adolescentes, tarea que se torna relevante y necesaria no solo porque la irrupción y uso cada vez más extendido de la RSD para llevar a cabo distintas actividades en la vida cotidiana se ha convertido en una condición inherente entre las generaciones de nativos digitales, sino también por el hecho no menos importante de que la adolescencia constituye una etapa en la cual tienen lugar cambios y transformaciones significativas encaminadas a desarrollar la sociabilidad de una persona. En ese sentido, el propósito del presente artículo es ofrecer un acercamiento al uso que las y los adolescentes hacen de TikTok, una RSD relativamente reciente y que se ha convertido gradualmente en una de las favoritas, sobre todo entre segmentos jóvenes de la población, con la finalidad de contribuir mediante un acercamiento empírico dentro de un contexto específico al conocimiento y la discusión de cuál es el papel que las RSD tienen en el mundo de las y los adolescentes. Para responder al propósito planteado, se han propuesto las siguientes interrogantes: ¿Cuáles son los elementos o factores por los cuales las y los adolescentes hacen uso de TikTok? ¿Qué tipo de contenido consumen las y los adolescentes a través de TikTok? ¿Cómo consideran que el uso de TikTok les influye?

La RSD TikTok

Desde su surgimiento, las RSD han ido evolucionando a través de la especialización temática para atender las distintas demandas de sus usuarios. TikTok es una RSD orientada a crear y compartir videos cortos. Fue lanzada originalmente en el año 2016 en China, país de origen, por



la empresa ByteDance con el nombre de Douyin. En el año 2017, ByteDance adquirió la red social denominada Musical.ly, la cual está orientada también a la creación y transmisión de videos cortos. Aún cuando TikTok se lanzó fuera de China en el año de 2017 como aplicación para los sistemas operativos Android e iOS, no fue sino hasta 2018 que estuvo disponible a nivel mundial cuando ByteDance fusionó a Douyin con Musical.ly para dar paso a TikTok. A pesar de ser una aplicación relativamente reciente, ha ido ganando un lugar importante a nivel mundial entre personas usuarias de las redes sociales digitales, sobre todo en segmentos jóvenes de la población. El éxito de TikTok en Europa y Estados Unidos se debe en gran medida a su enfoque en la denominada Generación Z, ya que, a diferencia de Douyin, que tiene una amplia base de usuarios en todos los grupos de edad en China, TikTok desde un inicio se dirigió específicamente a un público adolescente y preadolescente como parte del legado de Musical.ly, la cual fue creada pensando en ese público usuario (Pham, 2016).

TikTok se caracteriza y resulta diferente a otras RSD por ofrecer un algoritmo sumamente personalizado que posibilita a sus usuarios una búsqueda de contenido estrechamente ligada a sus intereses. Al momento en que una persona abre o ingresa a TikTok, encuentra un flujo o secuencia rápida de videos cortos (feed) con temáticas que son seleccionadas a manera de recomendación con base en sus gustos o intereses, lo que genera una experiencia personalizada al adaptarse a cada usuario. A partir de la interacción con la plataforma, el algoritmo suele clasificar el contenido considerando los videos que son de su gusto, las cuentas que suele seguir, los contenidos que se crean o los comentarios que publican.

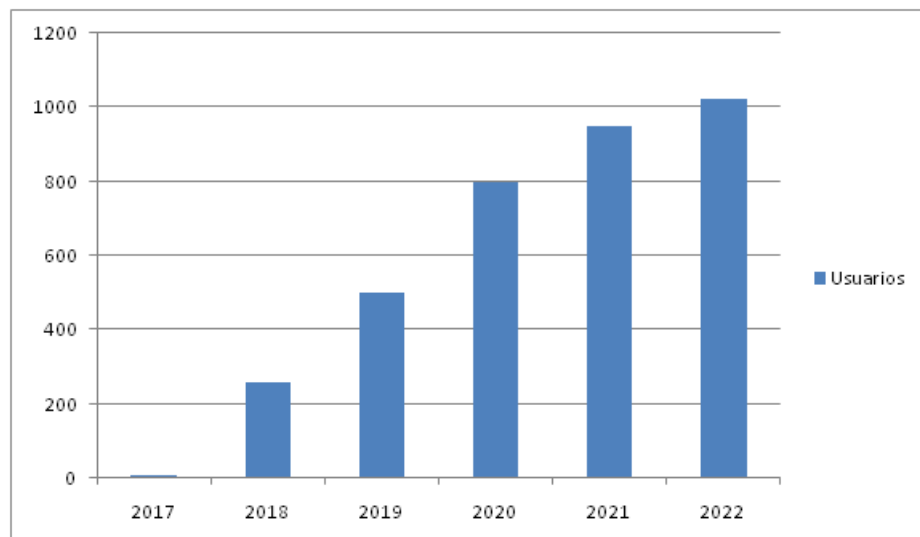
Engancha desde el primer segundo y lo hace gracias a dos factores que están resultando imbatibles: su reproducción sucesiva y un algoritmo francamente eficiente. Con respecto a su sistemática de reproducción, sin llegar a ser automática, la red ofrece un entretenimiento fácil y rápido, ideal para momentos de espera. Sus vídeos de apenas quince segundos son un pasatiempo perfecto y visto uno, con un simple toque del dedo se tiene acceso al siguiente. Pero esta operativa no sería suficiente si el contenido mostrado no es de interés del usuario y es aquí donde entra en juego la magia del algoritmo. TikTok ofrece en la cuenta del usuario un contenido fácil de consumir y previamente masticado por el ‘cerebro’ interno del sistema (Scolari, 2020)

En 2017, año de su lanzamiento a nivel internacional, se estimaba que existían aproximadamente ochenta y cuatro mil usuarios registrados de TikTok, mientras que para el año 2022 la cifra ascendía a mil veintitrés millones en el mundo, tal como se observa en la figura 1,



solo por detrás de Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram y WeChat. El incremento en el uso de esta plataforma coincide con el periodo de la pandemia COVID-19, la cual fue declarada oficialmente a nivel internacional por la Organización Mundial de la Salud (OMS) en marzo del año dos mil veinte. Durante los primeros meses de confinamiento, TikTok fue la aplicación móvil más descargada a nivel mundial y lo continuó siendo en el periodo enero a diciembre de 2021 (We are Social and Hootsuite, 2022). Los datos indican que hasta el mes de abril del año 2022, México se encontraba entre los países con más usuarios de TikTok a nivel mundial, en quinto lugar con 50.5 millones de usuarios activos.

Figura 1. Usuarios de Tik Tok en el mundo por año



Nota: El gráfico representa el número de usuarios en millones. Mena (2022).

En sus inicios, la duración máxima de un video era de 15 segundos y con el tiempo amplió ese límite a 60 segundos, posteriormente en 2021 a tres minutos y a partir de junio del año 2022 aumentó a 10 minutos. Al momento de la obtención de datos en la presente investigación, el límite se situaba en los tres minutos. Entre los principales tipos de contenido se encuentran videos sobre baile, canciones, retos, comedia, de animales y recreaciones de diálogos.

A la par del rápido crecimiento que TikTok ha experimentado en el número de usuarios, también se han derivado gradualmente distintos estudios, varios de ellos con un carácter exploratorio, que intentan describir o explicar su impacto en diversos aspectos. En una revisión bibliométrica hecha por Zeng, Abiddin y Schaffer (2021) a través de Scopus, localizaron hasta el mes de abril de 2021 un total de 122 artículos relacionados con TikTok, los cuales comenzaron a aparecer en publicaciones académicas periódicas en el año 2019 con 13 artículos publicados ese

año, un total de 66 en el año 2020 y 13 artículos publicados solo en el primer cuarto del año 2021. Los resultados de su revisión sugieren que un primer nodo de interés de los estudios por la plataforma está fuertemente asociado a su rol en la pandemia COVID-19, un segundo grupo de publicaciones se vincula al comportamiento de sus usuarios y las características del contenido que se publica, y un tercer conglomerado de estudios se agrupa en torno a las características tecnológicas de la plataforma.

Asimismo, en el caso del contexto iberoamericano se han generado estudios en torno a TikTok que intentan describir distintos aspectos, tales como las motivaciones para utilizar esta plataforma (Tamara, 2020; Duarte y Dias, 2021; Aguirre, Anaya y Laurencio, 2021), sus efectos en los procesos de la comunicación (Torres, De Santis y Vintimilla, 2021), su uso con propósitos educativos (Zabala y Banda, 2022; Tibeña, 2020), los contenidos en su estructura mediática (Pérez y Contreras, 2018; Conde, 2021; Suarez y García, 2021), las estrategias para generar y compartir contenidos (Guiñez y Mansilla, 2022), su utilización por parte de empresas e instituciones públicas (Villena, Fernández y Cristófol, 2020; Sidorenko y Herranz, 2021; Ortega y Rodríguez, 2021), su utilización como medio de divulgación (Herrera, 2021), la viralidad y el enganche que sus contenidos generan (Ballesteros, 2020; Peña, Larrondo y Morales, 2022), el papel que juega en el desarrollo de la economía global y la cultura digital (Herrera, Campi y Torres, 2021), su uso en las campañas políticas (Cusot y Palacios, 2021), por citar algunos ejemplos de la diversidad de temas asociados a su estudio.

Metodología

Método

Para lograr un acercamiento al objeto de estudio y responder a las preguntas formuladas, se recurrió a un enfoque de tipo cualitativo dentro del marco de la tradición fenomenológica, la cual se orienta a la comprensión del mundo vital de un sujeto conformado por las experiencias y percepciones que constituyen el marco de referencia en su vida cotidiana (Cresswell, 2017). La adopción de este método respondió al interés de centrar la atención en comprender, desde la perspectiva de los propios adolescentes, sus experiencias en torno a TikTok, particularmente lo relativo al uso y el consumo de sus contenidos y cómo ello incide en su propia percepción de la posible influencia que tiene en su mundo vital.



Participantes

El contexto de la presente investigación fue la ciudad de Tijuana, México, municipio fronterizo que se ubica en el norte del país. La muestra del estudio se compuso por nueve estudiantes de distinto grado escolar de una escuela preparatoria pública de la ciudad, cuyas edades oscilaron entre los 15 y 18 años. Además de ser estudiantes activos, se estableció como requisito que también fueran usuarios activos de TikTok. La manera en que se procedió a integrar la muestra fue contactar directamente a las personas en el contexto escolar mediante la solicitud de una participación voluntaria.

Tabla 1. Integración de la muestra

Participante grupo Focal	Entrevista semiestructurada	Género	Edad	Grado escolar
Participante 1 (P1)	Entrevista 1 (E1)	mujer	15 años	1er semestre
Participante 2 (P2)	Entrevista 2 (E2)	mujer	15 años	1er semestre
Participante 3 (P3)	Entrevista 3 (E3)	mujer	17 años	3er semestre
Participante 4 (P4)	Entrevista 4 (E4)	hombre	18 años	5o semestre
Participante 5 (P5)	Entrevista 5 (E5)	mujer	18 años	5o semestre
Participante 6 (P6)	Entrevista 6 (E6)	mujer	16 años	1er semestre
Participante 7 (P7)	Entrevista 7 (E7)	hombre	17 años	5o semestre
Participante 8 (P8)	Entrevista 8 (E8)	mujer	15 años	1er semestre
Participante 9 (P9)	Entrevista 9 (E9)	mujer	15 años	1er semestre

Nota: Para identificar en el análisis la fuente de los datos según el instrumento utilizado, en el caso del grupo focal se utilizó la letra P y el número del sujeto participante como código de identificación, y en el caso de la entrevista semiestructurada se utilizó la letra E junto al número del sujeto participante.

Instrumentos

En correspondencia con el propósito de la investigación y el enfoque de investigación adoptado, para la recolección de datos se utilizó, en un primer momento, la técnica de grupo focal. El uso de esta técnica se centró, por un lado, en explorar cuáles son los elementos o factores por los cuales las y los adolescentes hacen uso de TikTok y, por otro, conocer qué tipo de contenido suelen consumir a través de TikTok, es decir, tratar de responder a las primeras dos



preguntas de investigación formuladas. Se estimó que, al tratarse de una técnica orientada a conocer la manifestación de opiniones, creencias y sentimientos a través de una conversación grupal, esta técnica resultaba adecuada como primer acercamiento para explorar las opiniones y valoraciones en torno a TikTok y, con ello, conocer los elementos asociados a su uso y el consumo de contenidos. La sesión se realizó de manera virtual mediante la plataforma Meet durante la primera semana de marzo de 2022 y participaron las nueve personas que integraron la muestra.

En un segundo momento, se recurrió a la técnica de entrevista semiestructurada con la finalidad de explorar de manera individual la influencia que tiene TikTok en las y los adolescentes y, con ello, tratar de responder a la tercera pregunta de investigación. La decisión de utilizar esta técnica se debió a la necesidad de explorar, desde la perspectiva y experiencias de cada adolescente, dicha influencia, dada las limitaciones o inconvenientes que presenta la realización de una entrevista grupal, como el hecho de que los resultados son representativos del grupo que los genera y no tanto de cada sujeto que lo compone (Valles, 2007). La entrevista se realizó con cada uno de los participantes también a través de la plataforma Meet en el transcurso de las dos semanas posteriores de haber efectuado el grupo focal.

Procedimiento analítico

Para llevar a cabo el análisis de los datos obtenidos a través de ambas técnicas, se desarrolló como estrategia un procedimiento de carácter inductivo a partir de las propuestas delineadas por Strauss y Corbin (2002), que consistió, en un primer momento, en revisar toda la información que se obtuvo a partir de la transcripción de las entrevistas para elaborar notas o memos analíticos.

El segundo paso consistió en llevar a cabo una labor de codificación orientada a identificar propiedades y dimensiones de los datos proporcionados por cada informante. De manera específica, se trató de identificar aquellas porciones de las entrevistas (incidentes) que tuvieran significación en sí mismas (unidades de significado), es decir, que contuvieran ideas relevantes para responder a las preguntas del estudio. Estas unidades de significado se utilizaron como ejemplos literales de la experiencia de cada sujeto. Con la finalidad de facilitar el proceso de codificación, se utilizó como herramienta la formulación de preguntas analíticas y el análisis de palabras clave, frases u oraciones.

Una vez realizada la codificación, en un tercer momento, se procedió a establecer una relación entre los datos y su codificación a partir de ubicar sus propiedades y dimensiones en categorías, con la finalidad de desarrollar una labor de interpretación. En este caso, se utilizó como categorías de análisis cada una de las preguntas de investigación formuladas, las cuales también se utilizaron como ejes temáticos para desarrollar tanto la entrevista grupal como la entrevista individual. Para ambos procedimientos, se recurrió a la utilización del programa Atlas Ti.

Resultados

Factores de uso

Como ya se señaló, TikTok ha experimentado un notorio crecimiento en el número de usuarios, primordialmente entre segmentos jóvenes de la sociedad. Para tratar de analizar qué hace que TikTok sea una RSD atractiva para usuarios adolescentes, cabe preguntarse lo siguiente: ¿Cuáles son los elementos o factores por los cuales las y los adolescentes hacen uso de TikTok?

Los datos que se obtuvieron a través del grupo focal indican que su creciente uso entre adolescentes se relaciona con diversos factores. Un primer factor que destacan los propios usuarios son las características de su formato, ya que al tratarse de una plataforma que ofrece videos que tienen una duración corta, conlleva a que se le perciba como una RSD bastante asequible y atractiva por su relativa simplificación, lo cual facilita el consumo de sus contenidos. *"Los videos son muy cortos, terminas de ver un video e inmediatamente puedes seguir con el otro, entonces como es muy fácil de usar y de comprender, yo creo que por eso se utiliza tanto (P2)."*

"Tiene tanto alcance entre nosotros porque como el contenido es muy, como quien dice, muy corto el que te dan, pues es muy fácil de digerir, muy fácil de propagar y por eso siento que tiene la influencia que tiene entre nosotros, porque es muy fácil de digerirla, es muy corta (P5)."

Asimismo, como parte de esa simplificación, las y los adolescentes consideran que el procedimiento que un usuario debe seguir para publicar contenido les brinda una mayor funcionalidad en comparación con otras RSD que requieren desarrollar un procedimiento más elaborado para publicar contenido.

"Nada más puedes grabar algo y ya lo puedes subir, entonces es mucho más fácil y eficiente y eficaz que muchas otras aplicaciones donde sí tienes que seguir un proceso (P3)."



De igual forma, a partir de esta característica de relativa simplificación, otro factor que asocian a su uso es la posibilidad que les ofrece de difundir contenido de una manera amplia al recurrir a otras plataformas para hacerlo, ya que pueden compartir contenido elaborado en TikTok a través de otras RSD, aun cuando esas otras redes también lo permiten pero con una mayor restricción.

"Puedes compartir TikToks en todas las redes sociales básicamente, o sea, los ves por todas las redes sociales, no nada más en TikTok (P6)."

Se puede establecer que la relevancia que le otorgan a las características de simplificación y funcionalidad de TikTok, la cual a su vez relacionan con la posibilidad de compartir o difundir contenidos hacia otras RSD, ratifica la centralidad que adquiere la convergencia mediática para quienes utilizan redes sociales digitales. A través de esta noción, Jenkins (2008) señala que las audiencias hacen una búsqueda de experiencias y entretenimiento a partir de la cooperación y flujo de contenido entre múltiples plataformas mediáticas, lo que representa un cambio tanto en las maneras de concebir los procesos de producción y apropiación de la información y contenidos como en las prácticas de consumo cultural. En la actualidad, dicha centralidad en la cultura digital del mundo adolescente estriba en que las TIC representan ecosistemas múltiples y multimedios que posibilitan desarrollar actividades en distintos ámbitos y con propósitos diferenciados (Calderón y Gómez, 2022), pero también a que las y los adolescentes que forman parte de las generaciones de nativos digitales se distinguen, entre otras características, por querer recibir la información de una forma ágil e inmediata (Prensky, 2001). Ello nos ayuda a explicar en un primer momento la importancia que se le otorga a las características técnicas de TikTok, donde la simplificación en términos de eficiencia y eficacia juega un papel importante como factor de uso.

Otro elemento que explica el uso de TikTok entre adolescentes es el papel que ocupa en el manejo del tiempo libre, en tanto representa fundamentalmente un medio de entretenimiento. Los datos recabados indican que las y los adolescentes utilizan TikTok de manera diaria y suelen destinar entre dos y tres horas en promedio al día a su uso, lo que denota el importante papel que juega como vehículo de socialización, información y entretenimiento. Si se compara este dato con los obtenidos por el estudio del INEGI (2022) en el que señala que el uso promedio diario de internet entre la población adolescente (12 a 17 años) es de 5.5 horas, se tendría que al menos la mitad de su tiempo de uso lo destina a TikTok.

"Cuando tengo mucho tiempo libre, tomo TikTok y pierdo tiempo (P4)."



"Lo uso como distracción y para perder el tiempo cuando tengo mucho (P8)."

"La principal razón es porque me divierto mucho viendo los videos y también me distraigo un rato (P3)."

Los datos anteriores corroboran algunos estudios que han encontrado que el uso y disposición del tiempo libre constituye una de las prioridades que configuran las expectativas vitales de la juventud, al encontrarse en la parte alta de la jerarquía de sus valores (Rodríguez y Ballesteros, 2019), y en este caso, dentro de esas expectativas, por sus propias características, TikTok se ha constituido en una alternativa para el uso del tiempo libre, tal como se aprecia en los datos recabados.

Asimismo, otro factor relevante que explica la utilización de TikTok entre adolescentes es la posibilidad que les brinda el algoritmo de pasar de manera sucesiva de un video a otro sin mayores complicaciones o restricciones y abordar distintos temas como una forma de distracción o uso del tiempo libre, un elemento que resulta característico en esta red social digital como lo indica Scolari (2020), en tanto les resulta bastante atractivo la posibilidad de una búsqueda personalizada de contenidos que se adapten a sus intereses y/o necesidades.

"Pues, yo creo que es el contenido que me sale, porque como es contenido que específicamente me gusta a mí hace que me enganche para estar ahí, si me salieran cosas que no me gustaran, pues yo creo que mejor no la usaría y vería *Youtube* o algo así (P2)."

"El algoritmo es muy personalizado para las cosas que a ti te interesan y a tus preferencias (P5)."

Por otra parte, las y los adolescentes consideran que su uso representa también un recurso que promueve procesos de aprendizaje de carácter informal, que adquieren incluso en algunos casos de manera paralela una importancia similar con los procesos formales de aprendizaje, lo que establece que tanto el entretenimiento como el aprendizaje se encuentran estrechamente relacionados con el uso de la plataforma y con el consumo de sus contenidos. Al respecto, Prensky (2001) señala que los nativos digitales se caracterizan por su preferencia para instruirse de forma lúdica antes que el rigor del trabajo tradicional, lo que explica cómo el uso de TikTok con fines de entretenimiento les representa también la oportunidad de generar estos procesos de aprendizaje.

"Me suelen aparecer vídeos que me enseñan muchas cosas que en la escuela no (P3)."

"Muchas personas prefieren, pues sí, pasar tiempo en esta aplicación que en la escuela porque le ven más sentido o simplemente le ven más diversión a TikTok (P7)."



"Yo creo que también, como es muy corto y nunca te dejan de aparecer videos, puedes seguir aprendiendo de otros temas (P9)."

"Siento que puedes llegar a tener más conocimiento de cualquier otro tema (P1)."

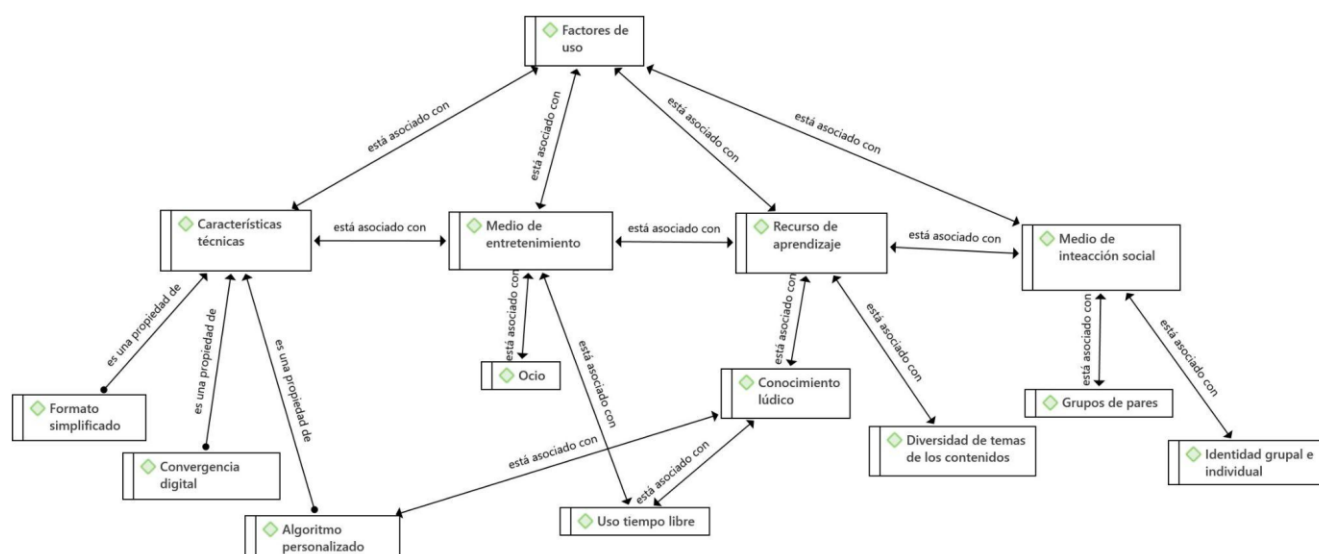
Otro factor de uso de TikTok por parte de adolescentes es la función que cumple como un medio de interacción y reforzamiento de las relaciones sociales con los grupos de pares a fin de desarrollar el sentido de identificación y pertenencia a la vida grupal. La socialización, como un proceso que se encuentra presente en las distintas etapas de la vida de una persona, adquiere particular importancia en la adolescencia, en tanto se vincula de manera estrecha y específica con el desarrollo de la identidad, la búsqueda de la sintonía e identificación afectiva, cognitiva y de comportamiento; por lo que las relaciones sociales significativas a través de la adscripción a grupos sociales de iguales les permite reforzar el desarrollo de esa identidad a partir de establecer relaciones autodefinitorias (Erikson, 1989). En ese sentido, TikTok además de representar un medio de entretenimiento y aprendizaje cumple también la función de constituirse como un recurso que utilizan para reforzar sus relaciones sociales y desarrollar su identidad personal mediante el consumo de ciertos contenidos.

-Para tener algo en común, porque comúnmente mis amigos son muy de enviarse TikTok y pues para no estar fuera del círculo social, pues la mayoría de amigos usan la aplicación (P1)

-A mis amigos también que los tengo en la plataforma (P4))

A partir de lo anteriormente expuesto, en términos generales los factores de uso mencionados se pueden representar y sintetizar en la figura número 2.

Figura 2. Factores de uso de Tik Tok



Fuente: elaboración propia

Consumo de contenidos

¿Cuáles son los contenidos que suelen consumir en TikTok las y los adolescentes? ¿Qué intereses se develan a través del consumo de esos contenidos? Los datos obtenidos en el grupo focal permiten observar que los contenidos que suelen consumir en TikTok se agrupan en cuatro categorías principales: a) entretenimiento; b) moda y salud; c) educativos; d) negocios.

Dentro de la categoría de entretenimiento, entendida como aquella que agrupa videos que principalmente cumplen una función meramente vinculada al esparcimiento, se puede identificar una variedad de tipos de contenido entre los que destaca el consumo de vídeos relacionados con bailes, videos musicales, de comedia, sobre personas famosas o influencers, los videojuegos, el anime, el cine o películas, entre los principales.

"Eh, pues a mí me sale puro baile, la neta (P6)."

"Casi siempre miro vídeos de bailes, de los que son más virales, y pues dúos que hacen. Es lo que más veo (P8)."

"Es variado, pero son más temas de anime que otra cosa (P7)."

"A mí me salen muchos videos de comedia, videos en general de famosos, eh, (P5)."

"Me parecen mini clips de películas de antes, o también me aparecen mini clips de podcasts que me gustan mucho y eso (P9)."

Asimismo, como parte del entretenimiento también suelen consumir videos sobre recetas de cocina y el desarrollo de actividades manuales que corresponden a videos con un carácter instruccional, pero que al mismo tiempo cumplen la función de entretenimiento.

"Consumo mucho lo que es todo el tema de la cocina y recetas, todo eso (P4)."

"También algunas manualidades (P6)."

Por lo que se refiere a la categoría de moda y salud, el consumo de videos, por una parte, se relaciona con la vestimenta y las modas en general, así como con el uso de productos cosméticos para el embellecimiento o mejorar la apariencia. Esto es particularmente importante ya que revela que gran parte de los intereses del consumo a través del entretenimiento se relacionan con elementos identitarios, tales como la música o la vestimenta.

"Me gustan los videos tutoriales de maquillaje, de estilos de ropa y moda (P1)."

"Me aparecen también como puras cosas de moda (P7)."

"-Sobre delineados (P9)."

De igual forma, dentro de esta misma categoría, el consumo de contenidos se orienta a estilos de vida saludables como lo es el ejercicio o acondicionamiento físico para mantenerse en forma (fitness), principalmente el consumo de videos realizados por personas que destacan en la red social digital por sus opiniones o comentarios (influencers), lo que establece una relación entre el entretenimiento y el cuidado de la salud.

"Algunas personas que sigo, como algunas *influencers fitness* (P4)."

En la categoría negocios, hay quienes han decidido emprender negocios personales, por lo que el consumo de videos tiene que ver con contenidos que tienen un carácter tutorial que les ofrezcan ideas sobre emprendimiento o mejorar sus actividades comerciales.

"Lo que me aparece es más como tipo de empaquetados, branding, marketing, cosas así como cosas relacionadas con negocios (P8)."

"Los videos de emprendimiento (P2)."

El consumo de contenidos que recaen en la categoría videos educativos se refiere a aquellos que les pueden ofrecer consejos relacionados con sus actividades escolares, así como aquellos que se relacionan con la divulgación de la ciencia, con el arte y los libros. Sobre esto último, una de las actividades que en fechas recientes se han desarrollado en TikTok es utilizar la plataforma como recurso para hablar de libros, compartir y promover la lectura por parte de personas que destacan en la red social digital por sus opiniones o comentarios, figuras que se les

denomina booktokers y forman parte de un nicho o comunidad específica dentro de TikTok denominada booktok (Cuestas, Pates y Saez, 2022).

“Veo consejos de la escuela o cosas así (P3).”

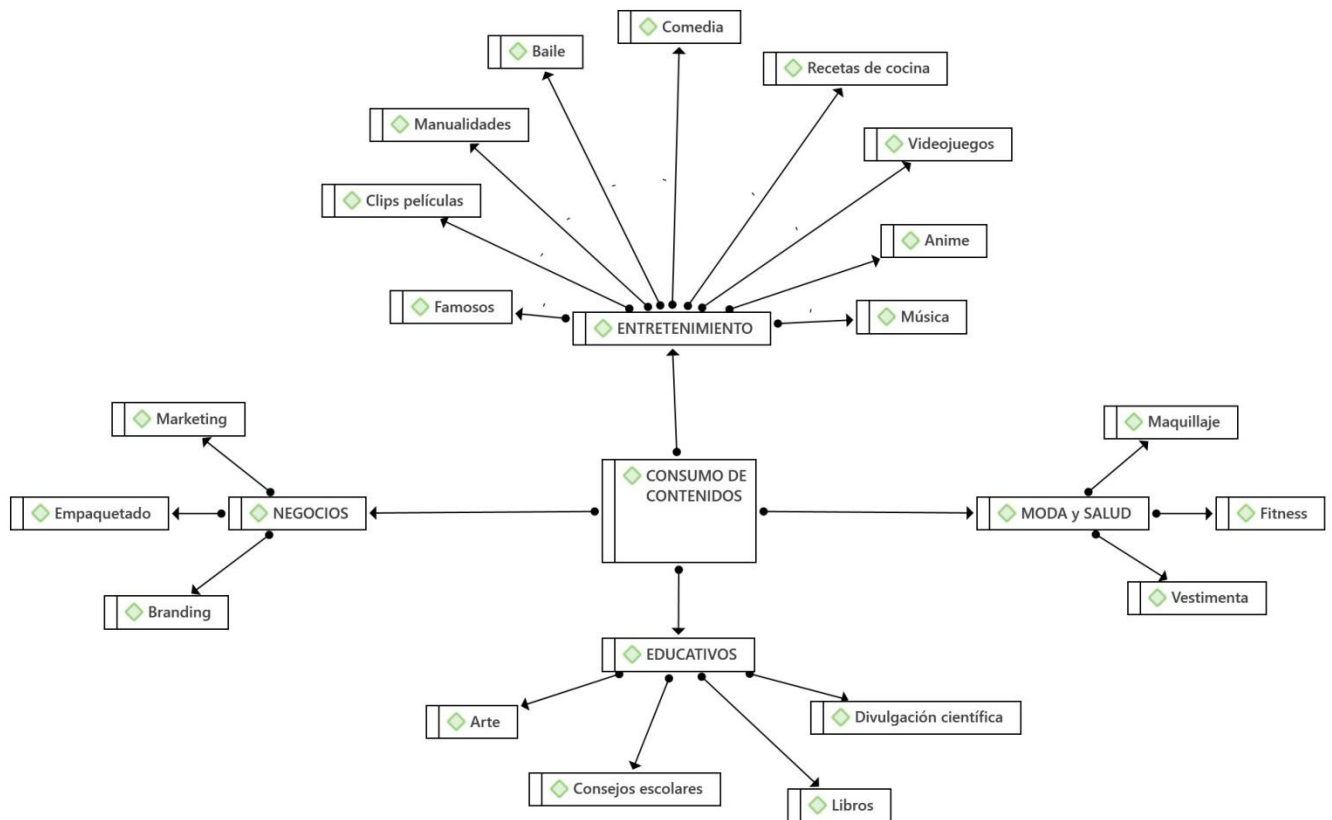
“A mí me sale como de divulgación científica (P5).”

“Mm, videos sobre arte y libros (P8).”

En términos generales, es posible observar que el consumo de contenidos en TikTok se orienta por distintos intereses (modas, cuidado de la salud, emprendimiento, etc.), sin embargo, se podría señalar que los distintos tipos de contenido corresponden básicamente a dos tipos de valores distintos: a) el valor informativo de los contenidos; b) valor del entretenimiento. El primer valor se refiere a aquellos contenidos que proporcionan información ya sea con un carácter cognoscitivo (divulgación científica, por ejemplo), a una finalidad meramente instrumental (aprender a cocinar, mejorar el estado de salud, cómo iniciar un negocio, etc.) o al desarrollo de procesos de socialización e identidad (vestimenta, modas o apariencia física). Los segundos se refieren a aquellos contenidos que están orientados al entretenimiento de los usuarios en la búsqueda de obtener alguna gratificación (escape, interacción social).

En términos generales el consumo de contenidos se representa en la figura número 3.

Figura 3. Contenidos que consumen a través de Tik Tok



Fuente: elaboración propia

Influencia social

Uno de los grandes retos que impone el nuevo entorno digital consiste en poder conseguir que las personas logren reparar en el sentido y trascendencia de las tecnologías en sus vidas, lo que supone poner sobre la balanza los beneficios y perjuicios para evaluar su impacto social (Gutiérrez, Islas y Arribas, 2018). ¿Cómo consideran las y los adolescentes que el uso de TikTok les influye? ¿De qué tipo de influencia se puede hablar? Para tratar de responder a estas preguntas, se exploró a través de las entrevistas individuales desde la perspectiva de su propia experiencia de uso cómo consideraban que TikTok podría influirles.

Un aspecto que destaca en los datos que se obtuvieron fue que las y los adolescentes consideran que el uso y exposición a los contenidos de TikTok abre la posibilidad de que influya sobre la configuración de sus esquemas mentales, es decir, sobre el conjunto de creencias sobre las cuales organizan su visión del mundo o de la realidad misma, esto debido en parte al cúmulo

y diversidad de información a la que se encuentran expuestos a través de esta RSD, particularmente en su exposición a determinados contenidos relacionados con la esfera del mundo de la política o con las tendencias en el desarrollo del acontecer social.

“Nos afecta más que nada en nuestra manera de ver las cosas porque muchas veces se maneja mucha información y es un método de comunicación informativo que se puede aprovechar de muchas maneras, sobre todo en nuestra manera de pensar (S5).”

“Yo pienso que influye más en el modo de pensar, es decir, como en el pensamiento político afecta mucho, porque es casi de todo lo que sale, lo que se ve en TikTok, y se comparten videos que influyen en ese aspecto (S3).”

“Todo lo que tenga que ver con tendencias se ve afectada tanto en lo político como en las noticias y es algo que puede ser manejado y utilizado de diferentes maneras, tanto positivamente como negativamente. Entonces siempre existe la posibilidad de que alguien sea influenciado y quiera seguir una corriente (S6).”

Llama la atención que la valoración que los mismos adolescentes realizan sobre la influencia que puede resultar del uso de TikTok tiene un carácter tanto positivo como negativo, el cual dependerá del uso o manejo que en lo personal hagan de esos contenidos. En el caso de una influencia positiva, estiman que dependerá de hacer un uso crítico o analítico de la información, lo cual tiene como beneficio la posibilidad de ampliar la visión del entorno. En tanto que asumir la información o los contenidos de manera acrítica o carente de análisis consideran que puede resultar en un uso negativo, ya que abre la posibilidad de dejarse llevar por las corrientes de opinión que puedan predominar.

Llama la atención que la valoración que los mismos adolescentes realizan sobre la influencia que puede resultar del uso de TikTok tiene un carácter tanto positivo como negativo, el cual dependerá del uso o manejo que en lo personal hagan de esos contenidos. En el caso de una influencia positiva estiman que dependerá de hacer un uso crítico o analítico de la información, lo cual tiene como beneficio la posibilidad de ampliar la visión del entorno. En tanto que asumir la información o los contenidos de manera acrítica o carente de análisis consideran que puede resultar en un uso negativo ya que abre la posibilidad de dejarse llevar por las corrientes de opinión que puedan predominar.

Sin embargo, por otra parte, consideran que el uso y el consumo de ciertos contenidos en TikTok también puede influir en el desarrollo de su personalidad, es decir, en los patrones de su comportamiento, pensamiento, motivación y emoción que caracteriza a una persona, lo cual



resulta comprensible si se asume que en los contenidos mismos se encuentran propuestas de modelos de comportamiento.

Sin embargo, es importante señalar que la influencia de TikTok en el desarrollo de la personalidad no sería únicamente por la exposición directa al consumo de ciertos contenidos, sino que estaría mediada específicamente por el consumo y la producción de contenidos que realizan a través de la red sociodigital los grupos de pares o iguales, que también funcionan como modelos o referentes de comportamiento.

“Pues yo creo que puede influir en la forma de ser, como en la personalidad, o por tus amigos por los vídeos que hacen y ven (S1).”

Relacionado con lo anterior también está la influencia en la adopción de modas, que es uno de los principales tipos de contenido que consumen las y los adolescentes, así como en el desarrollo de ciertos gustos, particularmente en la música.

“Yo creo que también influye en las modas que las personas tomamos, como de ropa, o incluso de qué música porque la gente estamos influenciadas por TikTok (S8).”

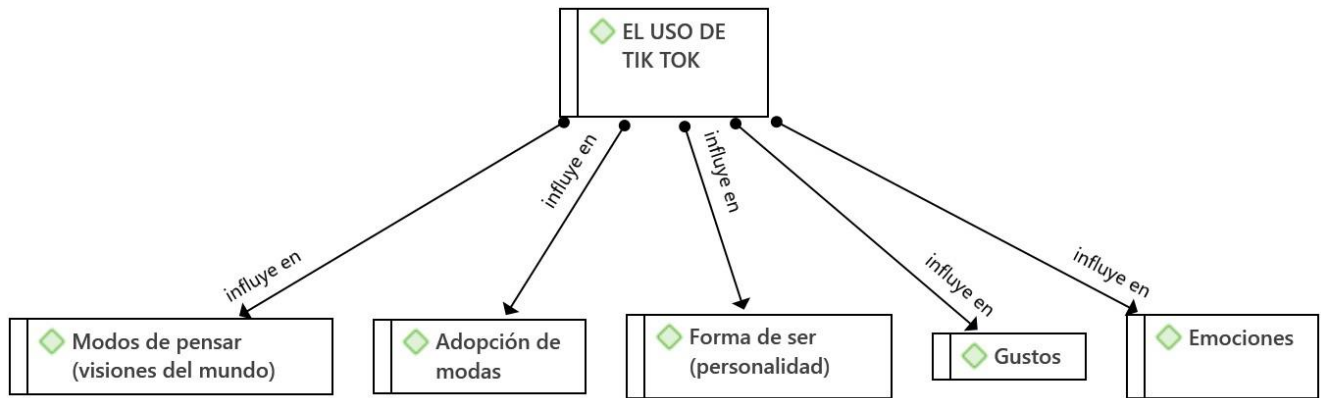
“Yo creo que para conocerse más, para saber lo que te gusta; qué tipo de música. También yo creo que en las emociones, porque pues es entretenimiento (S2).”

Asimismo, llama la atención que se expresa la posibilidad de una influencia en distintos aspectos a partir de reconocer que se está en una etapa de desarrollo caracterizada por el descubrimiento de sí mismo y en la cual se asumen como susceptibles.

“Sí, yo creo que influye mucho en las personas todo lo de TikTok, por ejemplo, yo siento que como a esta edad somos susceptibles a todo lo que se ve en TikTok lo seguimos; modas, la información, fake news, etc. (S7).”

En términos generales la influencia de TiKTok quedaría representada en la figura número 4.

Figura 4. Influencia de Tik Tok



Fuente: elaboración propia

Discusión

Sin duda alguna, hoy en día las RSD tienen una importante presencia en la vida del adolescente no solo por el tiempo que suelen destinar a su uso, sino también porque su incorporación como elementos de socialización desde una edad temprana ha transformado sus hábitos y estilos de vida. A partir de los datos obtenidos, resulta claro que el uso de TikTok entre adolescentes se encuentra fuertemente ligado al empleo del tiempo libre, es decir, a la búsqueda de experiencias que satisfagan los requerimientos de ocio o entretenimiento que se manifiesta como nuevas formas oblicuas de disfrutar el tiempo libre (Viñals, 2013).

La importancia que las y los adolescentes le otorgan a las características técnicas de TikTok y/o a la funcionalidad que les ofrece para lograr esos requerimientos (convergencia, simplificación, alcance) explica en cierta medida la razón del éxito de esta RSD entre los actuales segmentos jóvenes de la población, que corresponden plenamente a generaciones de nativos digitales. En ese sentido, es posible destacar que la convergencia digital se torna en un elemento central de la actual cultura digital adolescente.

Por otra parte, al constituir el desarrollo o construcción de la identidad una de las metas más importantes en la etapa de la adolescencia, se podría afirmar que las RSD, específicamente TikTok, les posibilita consolidar relaciones que se establecen en el mundo presencial y de forma simultánea permiten en el ámbito digital establecer nuevos lazos de relación social y un espacio para la expresión identitaria del 'yo' (Serrano, 2013), ya que en torno a las TIC y las RSD, la

afinidad de gustos e intereses crea nuevas relaciones y se mantienen, refuerzan o transforman ciertos vínculos con otros cuando se interactúa (Bernete, 2010). En ese sentido, la importancia que hoy en día adquiere TikTok en el mundo adolescente estriba en la función que también cumple en la conformación y modelaje de la identidad social y la adscripción a grupos de pares, en cuanto les posibilita a partir de su uso desarrollar procesos de socialización que no se reducen al mero intercambio de información o estar en comunicación con otros, sino a una nueva forma de etnicidad que implica recursos de conocimiento de cómo lograr una mayor aceptación e integración social a través de buscar la afinidad y compartir sus principales intereses que corresponden a aspectos o elementos de identificación y pertenencia grupal, tales como el consumo de contenidos sobre gustos musicales, videojuegos, modas, vestimenta, etc.

Asimismo, en el mundo social, instituciones como la escuela o la familia se les ha asignado tradicionalmente un rol preponderante en los procesos de socialización y formación de un individuo. Sin embargo, se observa que hoy en día se están construyendo nuevas formas comunicativas que asientan en los jóvenes nativos digitales unas lógicas sociales distintas que los convierte en usuarios activos y con un grado de responsabilidad asumida de forma espontánea en entornos donde sus progenitores o educadores no siempre intervienen de forma directa.

Resulta evidente que, a partir de las características técnicas y los propósitos de uso de TikTok, además de la satisfacción de los requerimientos de ocio o entretenimiento y la necesidad de integración social, esta RSD brinda también a las y los adolescentes la posibilidad de desarrollar procesos de aprendizaje informal que inciden de manera directa tanto en su bagaje de conocimientos como en la posibilidad de potenciar un aprendizaje autónomo que refuerce sus propios conocimientos, intereses y experiencias con una finalidad de carácter útil.

Al respecto, coincidimos con Alcoceba (2017), quien señala que es necesario reconocer que estos procesos de aprendizaje informales muchas veces resultan intangibles, producto de la exposición a la tecnología desde la infancia y que coexisten de forma simultánea y, en muchos casos, complementaria con procesos y modelos de aprendizaje formales, lo que Cobo (2011) denomina aprendizaje invisible, el cual tiene diversas fuentes de adquisición de conocimientos y desarrollo de habilidades y se expande y amplía hacia nuevos contextos, dando como resultado un carácter inclusivo en lo que se refiere a formas de aprendizaje.

En ese sentido, la importancia que tiene el uso de las RSD en los procesos de aprendizaje informal conduce a señalar, como lo hace Prensky (2009), que las tecnologías y herramientas digitales posibilitan ampliar y realzar de forma muy variada las capacidades cognitivas



(cognición extendida) donde el equipamiento digital complementa tanto la práctica de juzgar con acierto los asuntos relativos a la vida y la conducta como a la capacidad para encontrar soluciones prácticas, creativas y apropiadas a partir de su uso, lo que supone el desarrollo de una especie de "sabiduría digital".

Los hallazgos del estudio permiten establecer también una pauta para señalar que la importancia que TikTok tiene en la vida de las y los adolescentes transita además por el auto reconocimiento de que constituye una fuente de influencia en la configuración de sus visiones del mundo, en el desarrollo de su personalidad, en sus emociones y gustos. Lo que indica es que hacen un uso de esta RSD conscientes y con una perspectiva crítica de las posibilidades que les brinda, pero también de los riesgos que un uso excesivo supone para su bienestar personal.

Al mismo tiempo, los datos obtenidos permiten establecer que uno de los efectos que tiene el consumo y el uso de los contenidos en el comportamiento social de las y los adolescentes es justamente fungir como un elemento que posibilita el reforzamiento y la consolidación de las relaciones sociales. Sin embargo, una de las limitaciones del presente estudio estriba en el requerimiento de abundar en el análisis de dicha influencia a partir de una muestra más amplia que posibilite aumentar la discusión a fin de avanzar en un mayor conocimiento del impacto que tiene un uso constante y prolongado de las RSD en diversos aspectos y dimensiones.

Conclusiones

En este artículo, se ha tratado de lograr un acercamiento a los factores de uso de TikTok, los tipos de contenido que las y los adolescentes consumen, así como la posible influencia de ese uso y consumo. Los datos aquí expuestos permiten concluir que el uso de TikTok cumple diversas funciones en la vida cotidiana de las y los adolescentes, quienes actualmente pertenecen a generaciones de nativos digitales. Primordialmente, por sus características técnicas, esta RSD funge como un recurso de entretenimiento a través del consumo de diversos contenidos. Sin embargo, a partir de esta función, les posibilita al mismo tiempo generar procesos de socialización tendientes a desarrollar su identidad personal y lograr una integración social, lo que establece que su uso se configura como un contexto relevante para la interrelación social y la construcción de la identidad. De manera no menos importante, TikTok se constituye también, a través del entretenimiento, en una herramienta que promueve procesos de aprendizaje informal, los cuales no deben subestimarse en su posible incidencia en los procesos educativos más amplios.



Futuras líneas de investigación

Lo anteriormente expuesto conduce a la necesidad de plantear el desarrollo de futuros estudios sobre TikTok que podrían aprovechar la oportunidad para centrar su atención en profundizar el papel que juega en los procesos educativos, ya que este escenario, que parecía inédito, hoy en día constituye una situación de facto que ha abierto una amplia discusión sobre cuál es el papel que tiene la utilización de herramientas digitales en el desarrollo de las capacidades de aprendizaje dentro de la experiencia educativa en general. Asimismo, se identifica la necesidad de desarrollar investigaciones tendientes a conocer con mayor profusión el impacto que un uso constante y prolongado de las redes sociales digitales de manera cotidiana tiene en los diversos procesos de socialización en la etapa adolescente.

Referencias

- Aguirre, P., Anaya M. y Laurencio Meza, R. L. (2021). Usos y gratificaciones de TikTok entre jóvenes universitarios del estado de Veracruz, México. *Anuario de Investigación CONEICC, I* (XXVIII), 118-129, <https://doi.org/10.38056/2021aiccXVIII471>
- Alcoceba, J. (2013). Juventud, tecnologías de la información y cambio social. Perspectivas y escenarios para la socialización. En Sierra, F. (Coord.). *Ciudadanía, Tecnología y Cultura. Nodos conceptuales para pensar la nueva mediación digital*, (pp. 181-210). Gedisa.
- Alcoceba, J. (2017). Juventud, TICs y aprendizaje invisible el desarrollo generacional de habilidades y talentos digitales. *Revista de Estudios de la Juventud*, (117), 21-35.
- Ballesteros, C. (2020). La propagación digital del coronavirus: Midiendo el engagement del entretenimiento en la red social emergente TikTok. *Revista Española de Comunicación en Salud*, (1), <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5459>
- Bernete, F. (2010). Uso de las TIC, relaciones sociales y cambios en la socialización de las y los jóvenes. *Revista Estudios de Juventud*, 10 (88), 97-114, <http://www.injuve.es/sites/default/files/RJ88-08.pdf>
- Calderón, D. y Gómez M. (2022). *Consumir, crear, jugar. Panorámica del ocio digital de la juventud*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fundación FAD Juventud. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6338126>
- Castells, E. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.



- Cobo, C. (2011). Uso invisible de las tecnologías y competencias para la globalidad. En Cobo, C. y Moravec, J. W. (Coords.). *Aprendizaje Invisible. Hacia una nueva ecología de la educación*, (pp. 75-106), Colección Transmedia XXI. Laboratori de Mitjans Interactius / Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Conde, M. (2021). Estructura mediática de Tik Tok: estudio de caso de la red social de los más jóvenes. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, (26), <http://doi.org/10.35742/rcci.2021.26.e126>
- Creswell, J. (2017). *Qualitative inquiry and research design. Choosing among five traditions*. Thousand Oaks: Sage.
- Cuestas, P., Pates, G. y Saez, V. (2022) El fenómeno booktok y la lectura en pandemia: jóvenes, pantallas, libros y editoriales. *Austral Comunicación XI* (1), <https://doi.org/10.26422/aucom.2022.1101.pat>
- Cusot, G. y Palacios, I.(2021). Tik Tok y su rol predominante en la campaña presidencial de Xavier Hervas. *Revista Enfoques de la Comunicación*, (6), https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec//handle/CONSEJO_REP/560.
- Duarte, A. y Dias P. (2021). TikTok: usos y motivaciones entre adolescentes en Portugal. *Revista Chasqui*, (147), <https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i147.4419>
- Erikson, E. (1989). *Identidad, juventud y crisis*. Taurus.
- Guiñez, N. y Mansilla, K. (2022) Booktokers: Generar y compartir contenidos sobre libros a través de TikTok, *Comunicar*, 30 (71), <https://doi.org/10.3916/C71-2022-09>
- Gutiérrez, F., Islas, O. y Arribas A. (2018). Hacia una nueva ecología mediática. Hacia un nuevo inventario de efectos. *ALAS. Controversias y consecuencias latinoamericanas*, 10 (16), <http://ojs.sociologia-alas.org/index.php/CyC/article/view/50>
- Herrera, P. (2021). TikTok medio de divulgación empleado por los viajeros que realizan turismo sostenible. *aDResearch: Revista Internacional de Investigación en Comunicación*, 25 (25), <https://doi.org/10.7263/adresic-025-0>
- Herrera, A., Campi, A. y Torres, R. (2021). Códigos de modernidad: industria cultural y la economía global de desarrollo. Tik Tok. *CICOTUR*, 6 (3), <https://doi.org/10.5281/zenodo.5659826>
- Hidalgo, J. (2019). Jóvenes hipermediales: hipermediatización del yo y las juventudes interconectadas. En Barredo, D.; Cuhna, Mr.R. e Hidalgo, J. (Eds.). *Jóvenes*,

- participación y medios de comunicación digitales en América Latina*, (pp. 17-45). Cuadernos Artesanos de la Comunicación.
- INEGI (2022). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2021.
- Jensen, K.B. (2014). La comunicación en contextos. Más allá de las dicotomías masa-individuo y online-offline. En Jensen, K.B. (Ed.). *La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa*, (pp. 294-319). FCE.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- Mena, M. (13 octubre 2022). El meteórico ascenso de Tik Tok. <https://es.statista.com/grafico/28454/numero-de-usuarios-activos-de-redes-sociales-seleccionadas-a-nivel-mundial/>
- Ortega E. y Rodríguez, J. (2021). Estrategia de comunicación de los cuerpos de seguridad a través de píldoras audiovisuales en Tik Tok. Policía Nacional y Guardia Civil en España. *AdResearchESIC Revista Internacional de Investigacion en Comunicación*, 25 (25), <https://doi.org/10.7263/adresic-025-09>.
- Pahm, S. (17 noviembre 2016). How a Chinese social media app made it big in the U.S. <https://money.cnn.com/2016/11/16/technology/musically-success-china-shangai-baby-ariel/>
- Peña, S., Larrondo, A. y Morales, J. (2022). Información de actualidad en TikTok. Viralidad y entretenimiento para nativos digitales. *Profesional de la información*, 31 (1), <https://doi.org/10.3145/epi.2022.ene.06>
- Pérez, A. y Contreras, P. (2018). Smartphone y redes sociales para el desarrollo de competencias mediáticas y digitales en niños y adolescentes: Musical.ly. *Aula Abierta*, 47 (3), <https://doi.org/10.17811/rifie.47.3.2018.281-290>
- Prensky, M. (2001). Nativos e inmigrantes digitales. *Cuadernos Sek 2.0*. [https://www.marcprensky.com/writing/PrenskyNATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](https://www.marcprensky.com/writing/PrenskyNATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf)
- Prensky, M. (2009). Homo Sapiens Digital: From digital immigrants and digital natives to digital wisdom. *Innovate: Journal of Online Education*. 5 (3) <http://www.innovateonline.info/index.php?view=article&id=705>

- Rodríguez, E. y Ballesteros, J. (2019). *Jóvenes, ocio y TIC. Una mirada a la estructura vital de la juventud desde los referentes del tiempo libre y las tecnologías*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, <https://doi.org/10.5281/zenodo.3537638>
- Rubio, A. (2010). Generación digital: patrones de consumo de internet, cultura juvenil y cambio social. *Revista Estudios de Juventud* (88), <http://www.injuve.es/sites/default/files/RJ88-14.pdf>
- Rubio, J., Jiménez, J. y Barón, G. (2019). Las redes sociales digitales como espacios de sociabilidad de los adolescentes. El caso del colegio Escolapios de Aluche. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 10 (2), <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2019.10.2.19>
- Serrano, J. (2013). Vidas conectadas: tecnología digital, interacción social e identidad. *Historia y Comunicación Social*, 18 (número especial), http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44249
- Sidorenko P., Herranz, J. M. y Moya, A. (2021) Análisis de la comunicación de empresas europeas y norteamericanas en TikTok. *AdResearchESIC Revista Internacional de Investigación en Comunicación*. 25 (25), <https://doi.org/10.7263/adresic-025-06>
- Scolari, C. (11 julio 2020) Más allá de TikTok: el ecosistema de las plataformas en China. *Hipermediaciones*, <https://hipermediaciones.com/2020/07/11/ecosistema-plataformas-china/>
- Strauss, A. y Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Editorial Universidad de Antioquia.
- Suarez, R. y Garcia A. (2021) Centennials en TikTok: tipología de vídeos. Análisis y comparativa España-Gran Bretaña por género, edad y nacionalidad. *Revista Latina de Comunicación Social*, (79), <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2021-1503>.
- Tamara, N. (2020). TikTok. La aplicación favorita durante el aislamiento. *Revista Argentina de Estudios de Juventud*, dossier temático, <https://doi.org/10.24215/18524907e044>
- Tobeña, V. (2020). Pensar el futuro de la escuela desde comunidades de prácticas. Claves desde TikTok. *Dilemata*, (33), <https://www.dilemata.net/revista/index.php/dilemata/article/view/412000363>
- Torres, A., De-Santis, A. , y Vintimilla, D. (Coords.) (2021). *Tik Tok. Más allá de la hipermeabilidad*. Universidad Politécnica Salesiana.

- Valles, M. (2007). *Técnicas cualitativas de investigación social, Reflexión metodológica y práctica profesional*. Síntesis.
- Villena, E., Fernández, M., y Cristófol, C. (2020). La comunicación de las empresas de moda en TikTok: ASOS como caso de estudio. *Redmarka. Revista de Marketing Aplicado*, 24(2), <https://doi.org/10.17979/redma.2020.24.2.7071>
- Viñals, A. (2013). Las redes sociales virtuales como espacios de ocio digital. *Fonseca, Journal of Communication*, 6 (6), <https://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/12089>
- We Are Social and Hootsuite (2022). *Digital 2022: Global Overview Report*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>
- Zabala, R. y Banda, M. (2022). Tik Tok como herramienta educomunicacional en los estudiantes de bachillerato del cantón Latacunga. *Polo del Conocimiento*, 7 (2), <https://doi.org/10.23857/pc.v7il.3577>
- Zeng, J., Abidin, C. & Schaffer, M., (2021). Research perspectives on Tik Tok and its legacy apps. *International Journal of Communication*, 15 (2021), <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/14539/3494>