

LA GENERACIÓN TIKTOK

TEXTO Y FOTOGRAFÍAS: EDUARDO FERNÁNDEZ DEL POZO

El funcionamiento de TikTok, la red social que más rápido crece a nivel mundial, y su consumo masivo plantean cuestiones sobre los efectos que puede producir en la psicología humana de los más jóvenes, entre los que se podemos encontrar problemas de autoestima o, incluso, de ansiedad.



Cuando el resplandor de la pantalla se enciende, pareciera como si su luz nos cautivase y debiésemos resolver de inmediato cualquier problema que surgiese en ella. Limpiar las notificaciones y despejarla de nuestros asuntos pendientes.

Otras veces acudimos a ella sin que nos llame, y buscamos evadirnos de esos asuntos en los que llevamos tanto tiempo invertido. En su lugar, ahora pareciera que lo invertimos en nosotros, en un momento de calma y desconexión absoluta. Una de las he-

rramientas más recientes que nos permiten hacer esto, entre otras muchas cosas, es TikTok.

Lo que más le aparece a Emma en su dispositivo son videos de ASMR y bailes. Estos últimos se los aprende todos y, aunque algunos ya se los sabe, otros tiene que ensayarlos. Cuando le pregunto cuándo se conecta, me responde: "Lo suelo ver por la tarde. Y por la mañana. ¡Pues todo el día!". Tiene 12 años, y lleva con cuenta en esta red social desde el año pasado, el año en que precisamente se popularizó.

EL CRECIMIENTO

TikTok nació en 2016 cuando **se fusionó con otra red social, Musical.ly**, y todos los usuarios de esta antigua red social pasaron directamente a la nueva plataforma. Desde entonces, esta red social no ha hecho más que crecer.

En 2020, con la situación de la pandemia provocada por el coronavirus, llegó a alcanzar los 800 millones de usuarios y se consolidó como la plataforma más descargada ese año a nivel internacional.

Según Cyberclick, la mayoría de quienes se dedican a subir contenido de forma regular a TikTok son **personas de entre 16 y 24 años** (el 41% de sus usuarios), lo que ha llevado a que se considere popularmente la aplicación de la generación Z.

Este pasado mes de septiembre de 2021, se alcanzaron los 1.000 millones de usuarios, y ante su crecimiento masivo no podemos sino estudiar este fenómeno e intentar entender qué es lo que atrapa tanto de esta aplicación y cuáles son las causas por las que tantísima gente acaba descargándola.

EL ALGORITMO

Cuando usamos las redes sociales con el propósito de desconectar somos menos conscientes de lo que ocurre, de toda la programación intrínseca que hay detrás del simple deslizar del dedo. Durante la conversación con Emma, su hermana Laura, de 16 años, me comenta entre risas: "A mí es que cuando estoy triste me salen videos tristes, no sé por qué".

El algoritmo de TikTok es capaz de **adaptarse a los gustos e intereses de la persona que lo controla con una precisión asombrosa**. No encontrarás una bandeja de entrada igual, pues estas se encuentran personalizadas al milímetro, razón principal de su éxito. A medida que la vamos usando, esta Inteligencia Artificial aprende de nuestros patrones de comportamiento y, en consecuencia, nos muestra el contenido que resulte más favo-

nable para que no salgamos de la aplicación. **Y cuanto más la usamos, más aprende de nosotros.** Se nutre de nuestra atención. A nivel psicológico, dice Nuevo Periódico, "si interpretamos este mecanismo en un sistema de recompensas muy conocido en psicología, podemos ver que cuanto más usamos TikTok, mejores videos obtenemos, es decir, la recompensa se vuelve continua, lo que mantiene nuestra satisfacción aún alta por un tiempo".

Pero **Tomás Vich Rodríguez**, psicólogo del colegio Marqués de Vallejo (Valdemoro), no ve tanto un problema con la adicción que pueda provocar esta tecnología, sino con la mella que puede ha-

cer esta en **la autoestima y salud mental** de sus usuarios. "Al trabajar en un colegio lo veo: hay más historias de trastornos de ansiedad y de estados de ánimo". Los jóvenes, explica, al no recibir el feedback que buscan (que puede traducirse en likes, comentarios...) pueden reaccionar gustándose o queriéndose poco a sí mismos. "Esta generación que nos viene ahora es una generación con muchos problemas de estados de ánimo decaído, de tristeza y falta de valoración de sí mismos".

LA VIRALIDAD

Otra de las razones por las que TikTok se aventaja bastante a las otras redes sociales contra

las que compite es por su sistema de viralidad.

Berta (@bertita.es) ha experimentado esto en sus propias carnes: en febrero de 2020 se descargó la aplicación y ya acumula en sus dos cuentas más de 100.000 seguidores en total y un millón de likes.

Al hablar de si es fácil que un vídeo se haga popular, dice que "es mucho más fácil de lo que la gente cree". "Puedes subir cualquier cosa y termina siendo viral". **Puede ser aleatorio**, y no es necesario ser constante en la aplicación para que te recomiende, pero si quieres mantenerlo es mejor subir vídeos todas las semanas sea lo que sea. Sube dos vídeos a la semana mínimo.

Paula (@paulasanchez_26), por otro lado, lleva subiendo contenido a esta red social desde 2014, cuando se llamaba Musical.ly. Ella no piensa, como Berta, que ser viral sea tan fácil, ya que hay una serie de factores implicados en que un vídeo se haga más viral que otro.

Para empezar, hay **horarios** donde un vídeo puede ser más patrocinado por TikTok, luego también influye si te **comentan** mucho o si sigues la **moda del momento**. No obstante, también añade que "si eres una persona agradada, por así decirlo, o guapa para lo que es el universo TikTok, te lo va a viralizar porque le conviene tener a una persona como tú en su plataforma porque le da muchos me gustas".



Paula no cree que dependa de si subes mucho contenido o no, sino de lo que la propia aplicación en sí quiera promocionar, por lo que el vídeo acaba pasando por un determinado número de filtros. "Es que TikTok es una plataforma tan grande y hay tanta gente que **tu probabili-**

siga uniéndose más gente, porque no se acabará de forma radical, pero a lo mejor de aquí a 6 o 7 años nuestra generación, que es la que está llenando la aplicación, la acabe dejando". **¿Y qué pasará entonces con las futuras generaciones y las nuevas redes sociales?**

bargo, Emma seguirá usando TikTok, al igual que Laura, Berta o Paula. Entonces, ¿por qué molestarnos? Bueno, porque **no todo son desventajas.**

Si algo bueno le ve Vich Rodríguez, es la capacidad que te dan para **conectarte con mucha gente y culturas**, y no sólo eso, sino que a través de ellas, jóvenes a quienes les cuesta más poner en práctica sus habilidades sociales pueden interactuar con otras personas a través de la pantalla. "Estás consiguiendo que chavales que a lo mejor no son capaces de ser espontáneos en el cara a cara porque son más tímidos y que en las redes sociales sí lo son, **puedan quedar y socializar más en persona**".

Al fin y al cabo, las redes sociales de por sí no son malas ni dañinas, pero al menos debemos ser conocedores de los efectos que pueden tener sobre quienes las utilizan. De esta manera, podemos asegurarnos de que se haga un **uso responsable de ellas, ya no sólo en el presente con la generación Z y TikTok**, sino con todas las redes sociales que se vayan creando en el tiempo y las generaciones venideras.

dad de salir es una entre infinita".

EL FUTURO

Pero claro, TikTok no durará para siempre. Llegará un momento en que pasará, y todos sus usuarios acaben emigrando a otras plataformas de contenido. "Puede ser que

No hay nada que no se haya dicho ya de los peligros de las redes sociales. En este mismo reportaje hemos advertido de las posibles consecuencias de su uso. Sin em-

