



## DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA ORGANIZACIÓN EDUCATIVA “TENORIO HERRERA” SAS.

### **TIK TOK, LA NUEVA RED SOCIAL QUE PREOCUPA A PADRES Y AUTORIDADES. YA CUENTA CON 500 MILLONES DE USUARIOS**

Arrasa entre los chicos de 8 a 16 años. Este año fue condenada por permitir su uso a menores de 13 años sin el consentimiento paterno.

Martina tiene 8 años. Hoy es fin de semana y le permiten cenar con el iPad encima de la mesa. Si sus padres no están muy pendientes de ella, aprovechará para ver el último vídeo de alguna de sus You tubers favoritas; en caso que le supervisen la navegación por Internet o tenga que compartir la tableta con su hermano pequeño optará por reproducir algún episodio de las series infantiles que ofrece la app de Clan TV.

Lo hará a regañadientes, porque los dibujos animados son para “los niños pequeños” y ella ya es “mayor”. En cualquier caso, engullirá la comida en menos de 10 minutos sin quitar los ojos de la pantalla, y antes siquiera de haber retirado su plato a la cocina, le pedirá el smartphone a su padre: “¿Me dejas el móvil para hacer un TikTok?”

Esta red social es el último gran fenómeno entre los usuarios más jóvenes de Internet. Tiene dos características que la hacen única: por un lado, es la primera app de características “sociales” creada y gestionada por una empresa china que triunfa en Occidente; por otra parte, quienes consumen contenidos en esta plataforma son, en su inmensa mayoría, menores de edad. Los expertos en marketing ni siquiera les han etiquetado aún. Son post-millennials y post-generación Z: niños y -sobre todo- niñas de entre 8 y 16 años que a menudo utilizan los dispositivos electrónicos de sus padres o sus hermanos mayores para conectarse a la red.

### **Las descargas de la app de Tik Tok se han disparado en todo el mundo en 2019**

De 100 a 500 millones de usuarios desde agosto Tik Tok permite crear, editar y compartir en otras redes sociales vídeos de 15 segundos. Es la evolución de Musical.ly, una app musical para adolescentes que la empresa tecnológica china Byte Dance compró a finales de 2017 por unos 1.000 millones de dólares, la misma cifra que Facebook pagó por Instagram cinco años antes. En agosto de 2018 fusionó esta plataforma, que ya era bastante popular en Estados Unidos, con Douyin (el nombre que adopta Tik Tok en China). Desde entonces, sus usuarios han pasado de 100 a 500 millones en todo el mundo, y todo apunta que será la red social que más crecerá en todo el mundo en 2019.

La mayor parte de los contenidos de Tik Tok son ‘playbacks’ o coreografías de las canciones más populares del momento. Clips que a menudo están grabados con una sola mano, al estilo selfie, y aderezados con una gran diversidad de filtros, ‘stickers’ y efectos.

Uno de los puntos fuertes de la plataforma es su fácil integración en otras redes sociales ‘mainstream’ como You Tube o Instagram, lo que multiplica su alcance.

“Los contenidos son banales, frívolos, de una inocuidad absoluta”, explica Ferran Lalueza, profesor de Comunicación de la UOC. Pero a la vez, es una red social “nueva, fresca, divertida e intuitiva, por lo que resulta muy atractiva para los adolescentes”, añade el investigador.

“Pero lo más importante –tercia Manuel Bruscas, jefe de producto de Qustodio, una plataforma de control parental de Internet- es que está fuera del radar de los padres”. En el uso de la tecnología, los adolescentes marcan tendencia. Son exploradores de los espacios que les permiten estar a la última, conectar con sus semejantes y buscar reconocimiento. Pero en el momento que detectan la presencia de sus padres, huyen: “Cuando muchos de nosotros llegamos a Facebook, nuestros hijos se pasaron a Snapchat. Ahora, los más pequeños han encontrado su espacio en Tik Tok porque tienen la sensación de que no hay adultos y que pueden

hacer lo que quieran: pueden ser ellos mismos. Y eso, obviamente, tiene sus peligros, porque aún no tienen la personalidad desarrollada para gestionar según qué situaciones”, reflexiona Bruscas.

A la bisoñez del usuario medio de Tik Tok cabe añadirle otros factores numéricos para entender el impacto que está teniendo en los menores y la preocupación que ha empezado a generar entre los organismos de protección de los consumidores digitales: en el último trimestre de 2018, las descargas en iPhone de la app de Tik Tok superaron a las de Facebook, YouTube y WhatsApp.

El crecimiento mundial de Tik Tok no es casual, sino “fruto de una estrategia muy planificada”, afirma Lalueza. Su campaña promocional fue muy significativa a principios de este año: durante los dos primeros meses de 2019, los usuarios de Facebook y You Tube se encontraban con anuncios de la app por doquier, en ocasiones utilizando ‘celebrities’ como gancho. Este tipo de personajes –desde el presentador de late-night Jimmy Fallon hasta el cantante Nick Jones, pasando por las omnipresentes ‘influencers’ del clan Kardashian- son claves para la expansión de las redes sociales basadas en la imagen, como Instagram.

España no es una excepción. Marc Masip, psicólogo y experto en adicción a las Nuevas Tecnologías, ha recogido algunos datos de uso de esta aplicación en los talleres que imparte en algunos colegios de Catalunya como parte del programa psicoeducativo @Desconecta: “En 3º de Primaria (8 años), Tik Tok es la app más usada por casi un tercio de los alumnos, en especial por las niñas; en 4º y 5º de Primaria (9 y 10 años), casi la mitad de los alumnos la citan en primer lugar; en 6º de Primaria ya aparece por detrás de Instagram, You Tube y Fortnite; y en la ESO ya no son usuarios frecuentes”. Los chavales están completamente enganchados: en China, los usuarios pasan conectados más de 30 minutos de media, y la tasa de interacción (comentarios a los vídeos, ‘likes’, etcétera) también es altísima: “Suben vídeos a internet sin ningún tipo de filtro ni formación. Para ellos es algo totalmente inofensivo: buscan sentirse admirados por el grupo, pero no tienen ni idea de quién puede llegar a verlos”, explica Masip.

La búsqueda del ‘like’ es una obsesión para estos preadolescentes. Todos quieren ser ‘tiktokers’ de éxito como Aitana y Paula Etxeberria unas gemelas vascas de 21 años que acumulan 6.6 millones de fans. Algunas de sus coreografías tienen también más de 30 millones de visualizaciones en You Tube, y ya han hecho sus pinitos en la televisión y en la música. Más joven aun es la leonesa Mónica Morán especialista en playbacks de canciones de trap y reguetón –un tipo de música a menudo asociada a letras y bailes de alto contenido sexual- con 3.3 millones de seguidores; o la almeriense Laura López (laurap21), 2.8 millones de fans, que también hace ‘lip sync’ de sonidos latinos y es coautora de tres libros cuando apenas supera la mayoría de edad.

Los problemas que plantean estos nuevos hábitos de uso en la red son diversos. Por un lado, el peligro de que ese material que se publica indiscriminadamente en la red llegue a personas con intenciones perversas o con una gran capacidad de conectar con los menores y manipular su voluntad; por otro, la creación de hábitos de autoafirmación en los niños, basados en la exposición de su cuerpo e imagen, que serán difíciles de satisfacer en el futuro; y finalmente, el componente adictivo intrínseco a este tipo de herramientas.

“¿Qué dejan de hacer para estar el TikTok? –se pregunta el psicólogo Masip-. Le dedican muchísimo tiempo por las tardes y noches, cuando tendrían que estar practicando deporte, durmiendo o simplemente jugando con sus amigos, padres o hermanos”, apunta.

Al ser una red social muy novedosa, TikTok es hoy en día un espacio relativamente virgen de contenidos inadecuados: “De momento, es la red social del buenrollismo y la evasión; ni las ‘fake news’, ni la publicidad, ni los ‘haters’ ni los ‘trolls’ han llegado de forma significativa”, explica Lalueza.

## **Las descargas de la app de TikTok se han disparado en todo el mundo en 2019**

Aun así, el de ciberacoso es una amenaza latente en la plataforma. Los ‘challenges’ (desafíos en cadena en los que los usuarios compiten por crear los vídeos más originales) o los ‘duets’ (dúos que se visualizan a pantalla partida con amigos o incluso con alguna ‘celebrity’) son un terreno propicio para los comentarios ofensivos, lo que resulta preocupante teniendo en consideración la edad media de los usuarios: “Ellos exponen su intimidad en Internet sin entender lo que implica. Como padres, creo que es nuestra responsabilidad ser transparentes y explicarles que los vídeos que hacen no sólo los ven sus amigas del colegio, sino todo el mundo, incluyendo gente que tiene intenciones negativas. Y las escuelas también tienen que cumplir con su cuota de responsabilidad”, opina Manuel Bruscas.

En Estados Unidos, donde la app tiene una trayectoria más larga por ser la sucesora de Musical.ly, “ya están documentados casos de adultos que se registran en la app para tener acceso a potenciales víctimas de abusos”, revela el experto en seguridad. Las autoridades estadounidenses, que activaron las luces de alerta hace meses,

actuaron a finales del pasado mes de febrero de forma muy contundente para proteger los derechos de los menores: TikTok tendrá que pagar casi 5 millones de euros por permitir el uso de la app a menores de 13 años –la edad mínima para darse de alta- sin el consentimiento paterno, lo que constituye una violación de la ley de protección de la privacidad online: “Los operadores de Musical.ly, ahora conocida como TikTok, sabían que muchos niños estaban usando la app y han recogido información personal sobre ellos de forma ilegal”, según la Comisión Federal de Comercio de EE.UU. La empresa respondió en un comunicado que restringirá el contenido al que pueden acceder los menores y limitará su capacidad de interacción.

La Directora Global de Comunicaciones de Byte Dance, Kaylene Hong, se limita a asegurar que están “profundamente comprometidos en promover un entorno positivo en la plataforma” y que cuentan con medidas para proteger a los usuarios de un mal uso de la aplicación: “Pueden hacer privada su cuenta, lo que les permite aprobar o rechazar las peticiones de seguidores, limitar la visualización de sus contenidos y la recepción de mensajes”. En cualquier caso, con un vistazo rápido a la app basta para comprobar que la compañía china no ha activado hasta la fecha los mecanismos de control suficientes para impedir que personas muy jóvenes creen y accedan a contenidos inapropiados para su edad.

Ante la tesitura de cómo afrontar el reto de educar a los niños en el uso de herramientas digitales que desconocemos, los expertos recomiendan, por un lado, esforzarse por comprender el nuevo terreno de juego: “Vivimos en un mundo tecnológico. Prohibir a los niños el acceso a estas nuevas herramientas puede ser contraproducente. Si algo les gusta a los niños es jugar, y hoy en día el juego tiene un componente digital. TikTok es un espacio para explorar y dar rienda suelta a su creatividad”, comenta Manuel Bruscas. “Es un formato de vídeo corto hecho por jóvenes que llega a gente aún más joven, así que ¿por qué no utilizarlo para fines educativos o incluso sociales?”, concluye.

El profesor Lalueza coincide en el potencial de la red para crear otro tipo de contenidos más allá del puro entretenimiento, pero advierte que es preciso “encontrar un equilibrio para no caer en la perversión comercial” y acabar creando “juguetes rotos”, como ya ha ocurrido con algunos ‘youtubers’: ‘influencers’ que tienen marcas comerciales detrás desde su edad infantil y que no son capaces de administrar su éxito o de gestionar su frustración cuando se hacen mayores y empiezan a perder el reconocimiento del público.

Fuente: La Vanguardia - 2 mayo. 2020

