



CREADORES/AS DE CONTENIDO: TIKTOK

**Informe N° 21
Mayo de 2021**

CREADORES/AS DE CONTENIDO: TIKTOK

Preguntamos a los alumnos/as de la UPV/EHU y de la Universidad Pública de Navarra (UPNA) que componen el Panel Ikusiker acerca de los contenidos que crean en las redes sociales, en concreto en Twitter, Instagram, TikTok, Youtube y Twitch. En este informe se recogen los datos sobre TikTok.

1. Notas sobre la metodología

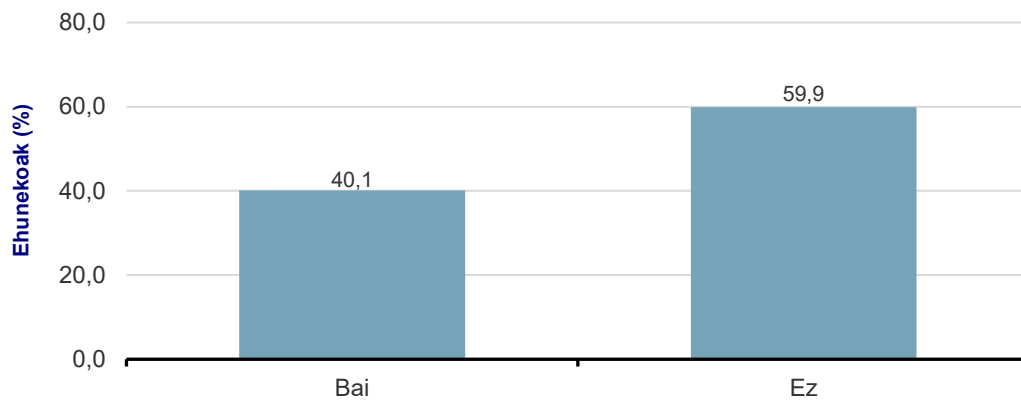
En el momento de la realización de este estudio, el Panel Ikusiker ha contado con más de mil alumnos/as de la UPV/EHU y de la Universidad Pública de Navarra (UPNA). Dichos estudiantes responden con frecuencia y de forma permanente a los cuestionarios online acerca de su consumo de contenidos audiovisuales y el uso que realizan de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación). El panel se creó en el curso académico 2018-2019 dentro del proyecto de investigación llamado Applika (US17/40), que impulsado por el grupo de investigación NOR de la UPV/EHU y la EITB, cuenta ya con universitarios/as de tres campus que cursan diferentes estudios.

En este informe se muestran las respuestas obtenidas de los cuestionarios realizados en los días comprendidos en el 3 y el 8 de mayo de 2021. Los datos recogidos tratan del consumo audiovisual de los/las jóvenes, en general, y sus hábitos de creación de contenido en las redes sociales, en este caso en concreto en TikTok. Para ello, se han contabilizado un total de 858 cuestionarios, aquellos que los/las estudiantes han finalizado y no se han repetido.

2. TIK TOK

El 40,1% de los/las encuestados/as tiene una cuenta de TikTok.

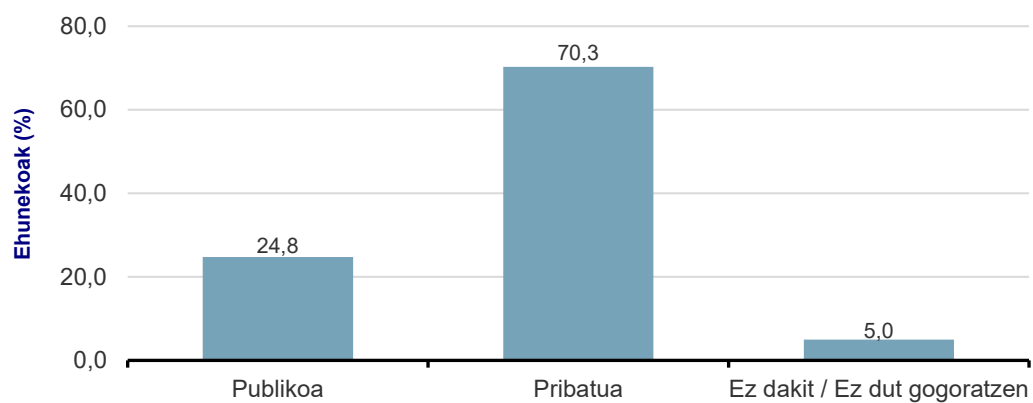
1. Imagen – ¿Tienes cuenta de TikTok?



Fuente: Ikusiker Applika +

El 70,3% de aquellos/as que disponen de cuenta, lo tienen en privado.

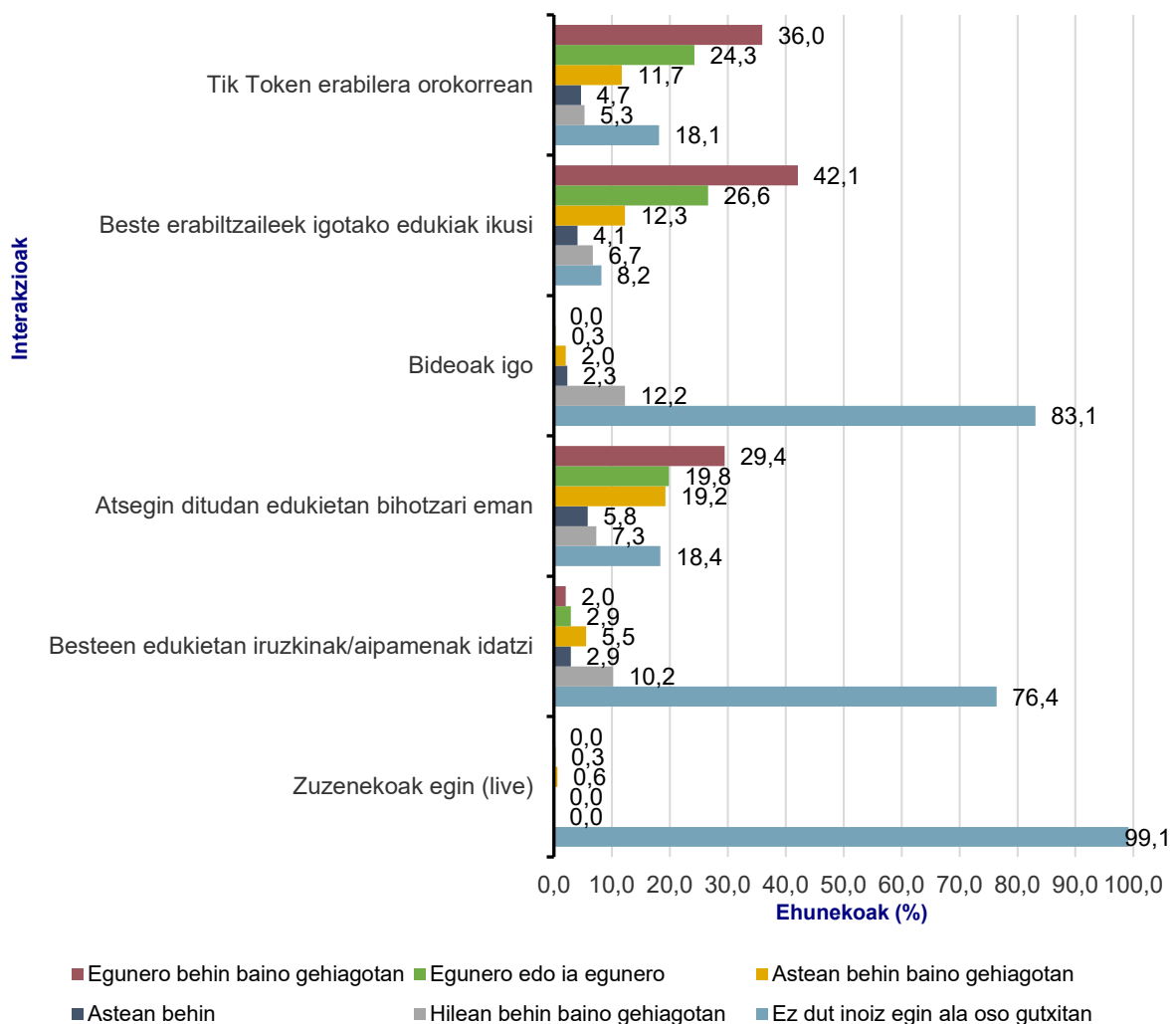
2. Imagen – ¿Es tu cuenta pública o privada?



Fuente: Ikusiker Applika +

En cuanto a las actividades que se realizan en TikTok, hay tres que son destacables: consumir el contenido que otros usuarios suben (el 68,7% lo hace casi diariamente o con más frecuencia); utilizar la plataforma, en general (el 60,2% lo hace casi diariamente o con más frecuencia); y darle a “me gusta” cuando algún contenido es de su agrado (el 49,2% lo hace casi diariamente o con más frecuencia). Aparte del hecho de utilizar el botón de “me gusta”, las interacciones con la plataforma no son usuales entre los/las universitarios/as de la encuesta: el 76,4% de ellos/as no participa en los comentarios de los demás usuarios/as, el 83,1% no sube vídeos y el 99,1% no realiza ninguna emisión en directo.

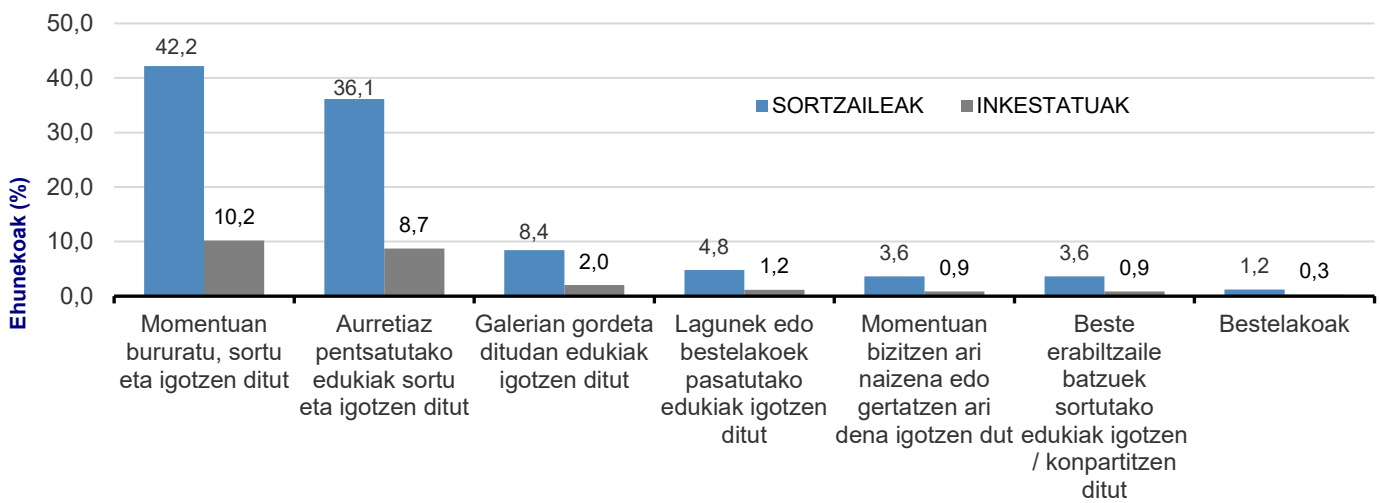
3. Imagen – Con qué frecuencia se realizan las actividades ligadas a la interacción con los contenidos y los usuarios de la red social



Fuente: Ikusiker Aplikia +

De las 83 personas que dicen crear contenidos para TikTok, el 42,2% crea y sube los contenidos en el momento, mientras que el 36,1% sube contenidos que ha planeado con anterioridad. Otras opciones que se muestran en el cuestionario cuentan con un porcentaje bastante menor: el 8,4% utiliza el contenido que guarda en su galería, el 4,8% sube el contenido que recibe de sus amigos/as, el 3,6% sube contenido relacionado con lo que está viviendo o le sucede en el instante y el resto (el 3,6%) comparte contenidos de otros/as usuarios/as.

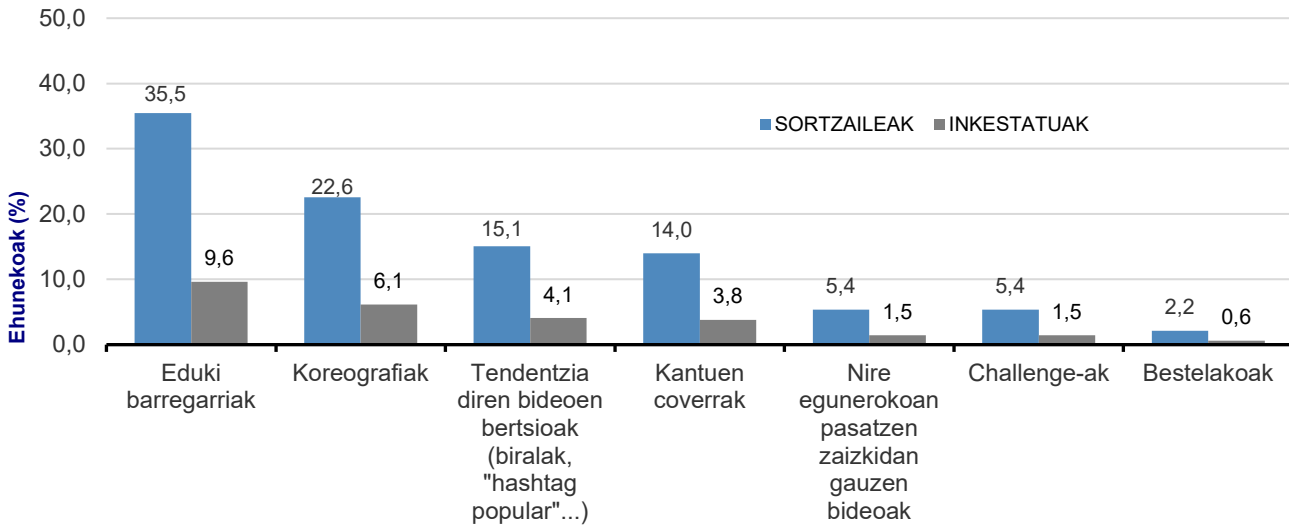
4. Imagen – Indica el método que más utilizas para crear los contenidos que subes a TikTok:



Fuente: Ikusiker Applika +

En cuanto al tipo de contenido, un tercio de los/las que afirman crear vídeos en TikTok sube contenido de humor y algo más de una quinta parte (22,6%) crea coreografías. El 15,5% hace versiones de vídeos que son tendencia (virales, “hashtag popular”...) y el 14% sube “covers” de canciones. El contenido relacionado con aquello que les pasa en el día a día es, junto con los “challenges”, la categoría que menos alumnos/as han elegido (las dos opciones cuentan con el 5,4% de las respuestas).

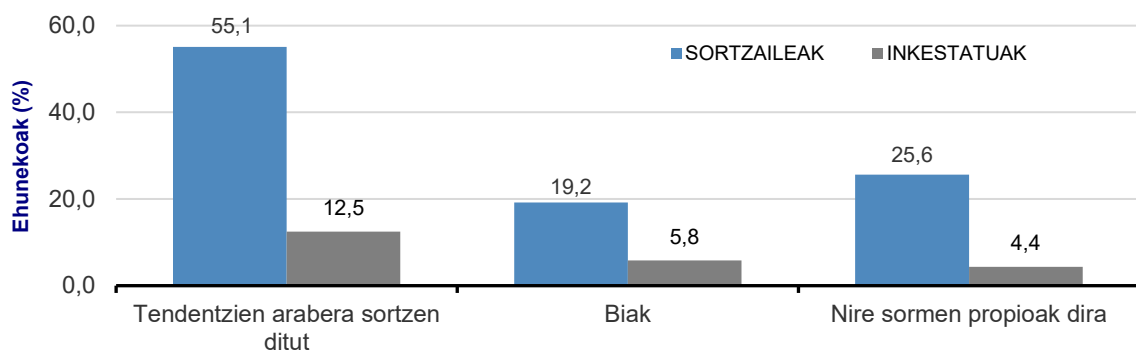
5. Irudia – ¿Cuáles son las fotos, vídeos y contenidos que más te gusta subir en TikTok? Elige una sola opción



Fuente: Ikusiker Applika +

Respecto al modo de crear contenido, más de la mitad dice crear sus vídeos basándose en las tendencias actuales. Sin embargo, casi un cuarto de ellos/as crea contenidos propios. Un 19,2% sube contenidos de los dos tipos.

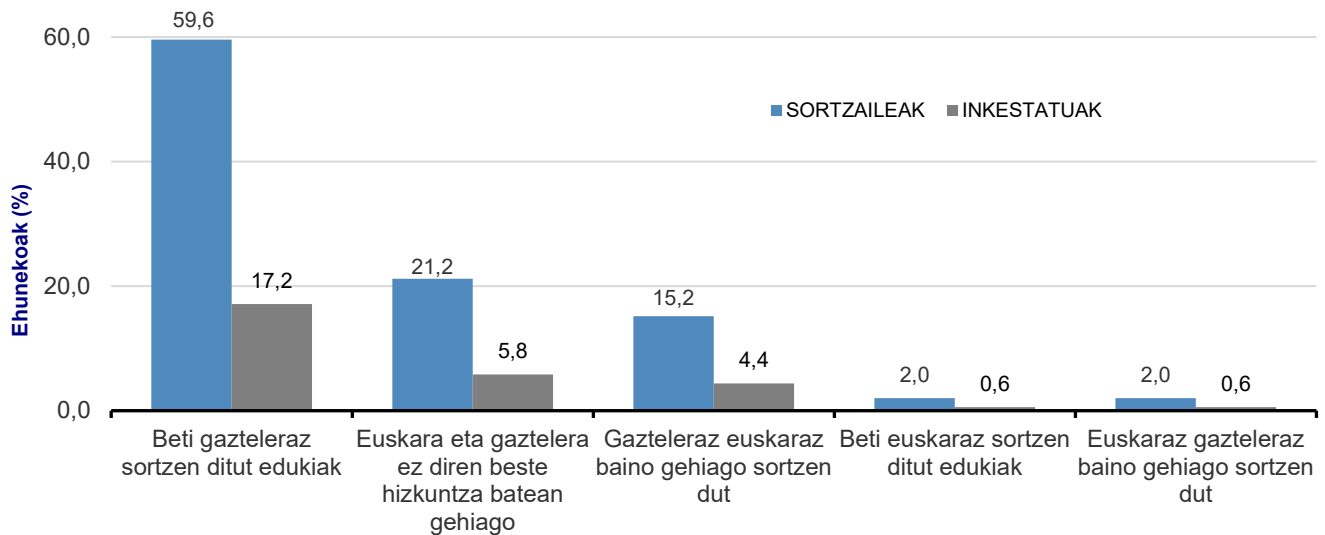
6. Imagen – ¿Qué tipo de contenido subes a TikTok?



Fuente: Ikusiker Applika +

Seis de cada diez universitarios/as (el 59,6%) siempre crea dichos contenidos en castellano. El 21,2% los crea en otro idioma que no es ni el euskera ni el castellano. Quienes utilizan el euskera más que el castellano configura solamente el 4%.

7. Imagen – En cuanto al idioma, ¿qué peso tiene el euskera en los contenidos que creas para TikTok?



Fuente: Ikusiker Applika +

Cómo citar este informe:

Grupo de investigación NOR (2021). "Creadores/as de contenido: TikTok". Informe num. 24 del Panel de universidad de Ikusiker. Mayo de 2021. Proyecto de investigación Applika (US17/40). UPV/EHU. <http://www.ikusiker.eus>