

nikus
ker.

TikTok

INFORME 40 • MARZO 2023



ÍNDICE

1. IKUSIKER.....	2
2. METODOLOGIA	3
3. RESULTADOS.....	4
3.1 TIKTOK.....	4
3.2 CREADORES DE TIKTOK.....	8
4. ALGUNAS CONCLUSIONES.....	11

Cómo Citar: *Ikusiker (2023): TikTok. Informe 40. UPV/EHU. www.ikusiker.eus*

1. IKUSIKER

IKUSIKER es una investigación que analiza los consumos audiovisuales y los usos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) de la juventud vasca de entre 12 y 23 años (Applika+: US22/23).

Para la realización de este estudio se han creado dos paneles compuestos por estudiantes de Educación Secundaria y de universidad a los que se encuesta periódicamente.

Esta investigación se puso en marcha en el curso 2018-2019 de la mano del grupo NOR de la UPV/EHU, EITB, el Observatorio Vasco de la Cultura, Tabakalera y el Organismo Público de la Lengua Vasca, en colaboración con los distintos centros educativos.



Facultad de las ciencias sociales y la comunicación de la UPV/EHU

Sarriena auzoa z/g, 48940 Leioa (Bizkaia)

+34 747 414 355

ikusiker@ehu.eus

2. METODOLOGÍA

En el momento de la realización de esta investigación, el panel de Ikusiker lo conforman más de dos mil alumnos y alumnas de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU) y de la Universidad Pública de Navarra (UPNA). Estos universitarios responden de forma permanente y frecuente a los cuestionarios online que se les envían (www.encuestafacil.com), siempre en lo que se refiere a los consumos audiovisuales y los usos de las TICs. Para el trabajo de campo y la creación de la base de datos, se cuenta con la asesoría técnica de Aztiker.

Este informe recoge los resultados de la encuesta realizada entre el 6 y el 17 de febrero de 2023 sobre los consumos de TikTok. Para el estudio se ha contado con 1.856 respuestas válidas.

3. RESULTADOS

3.1 TIKTOK

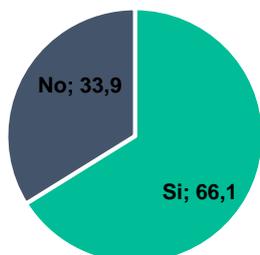
En primer lugar, se ha querido determinar cuántos panelistas tienen cuenta en TikTok y con qué frecuencia acceden a dicha red social. El 66,1% asegura tener una cuenta, mientras que el 33,9% afirma no tenerla.

1ª Imagen – ¿Tienes cuenta en TikTok?

¿Tienes cuenta en TikTok?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	1.223	66,1
No	627	33,9
EnTotal	1.850	100,0

Fuente: Ikusiker, Applika+

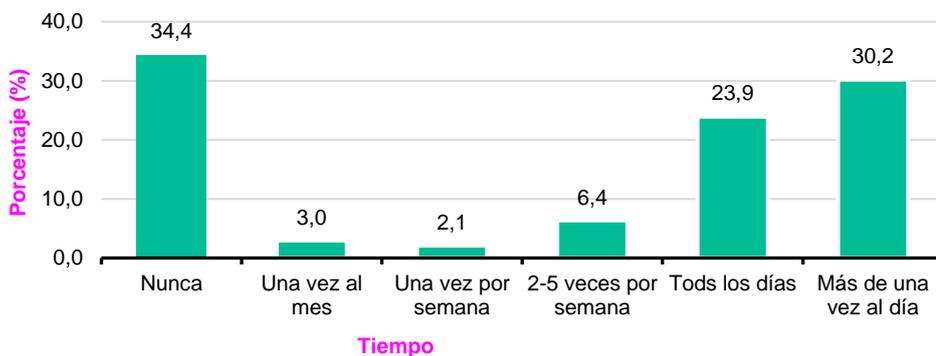


Respecto a la frecuencia, más de la mitad de los panelistas (54,1%) utiliza TikTok todos, o casi todos los días. En el caso contrario, el porcentaje de quienes nunca utilizan esta red social se sitúa en el 34,4%.

2ª Imagen - ¿Con que frecuencia utilizas TikTok?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Nunca	639	34,4
Una vez al mes	55	3,0
Una vez a la semana	39	2,1
2-5 veces a la semana	118	6,4
Todos los días	444	23,9
Más de una vez al día	561	30,2
Total	1.856	100,0

Fuente: Ikusiker, Applika+

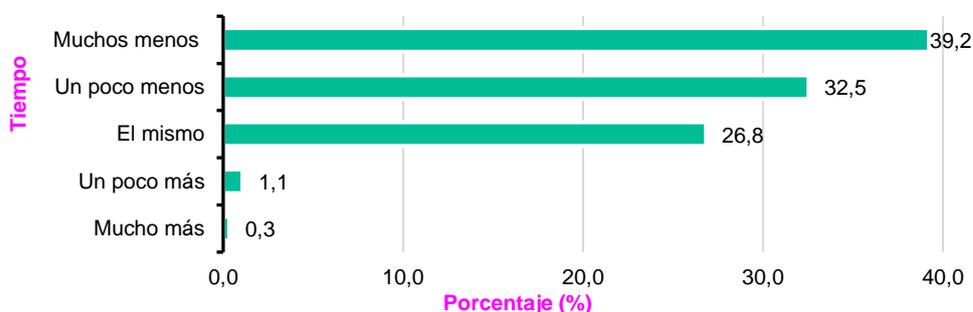


Si tuvieran la posibilidad de hacerlo, la mayoría de panelistas (70,8%) apuntan que desearían utilizar menos la red social TikTok; en concreto, el 39,2% dice que le gustaría dedicarle mucho menos tiempo y el 32,5% algo menos. En el otro extremo, y con un porcentaje mucho menor (1,4%), encontramos quienes pasarían más tiempo en esta red social. El 26,8% de los panelistas asegura que no variaría el tiempo que dedica a TikTok.

3ª Imagen – Si pudieras, ¿pasarías más o menos tiempo viendo TikTok?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Mucho menos tiempo	475	39,2
Un poco menos de tiempo	394	32,5
Ni más ni menos	325	26,8
Un poco más de tiempo	13	1,1
Mucho más tiempo	4	0,3
Total	1.211	100,0

Fuente: Ikusiker, Applika+

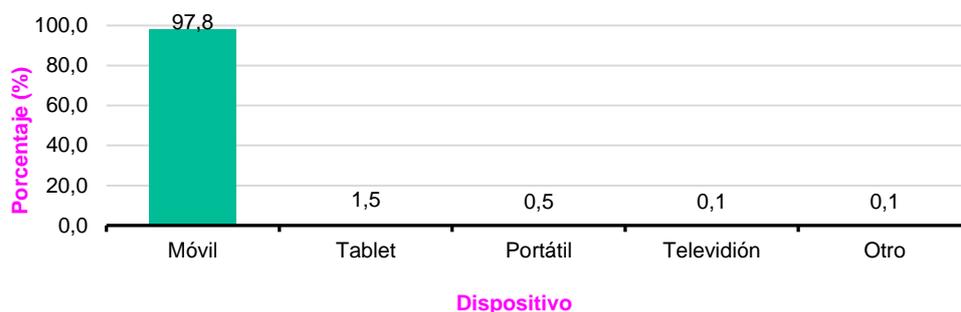


El acceso a TikTok se realiza mayoritariamente a través del teléfono móvil (97,8%). En segundo lugar aparece la tablet, mencionada por un 51,0%, y en tercer lugar, el ordenador portátil (0,5%).

4ª Imagen - ¿Cuál es el dispositivo que más utilizas para ver TikTok?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Móvil	1.183	97,8
Tablet	18	1,5
Portátil	6	0,5
Pantalla de televisión	1	0,1
Otros	1	0,1
Total	1.209	100,0

Fuente: Ikusiker, Applika+

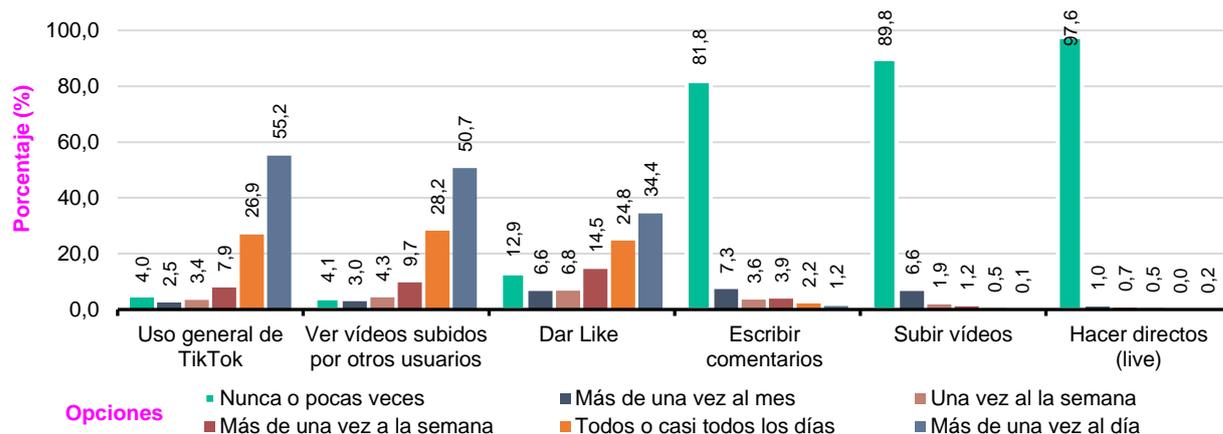


Se pregunta también por las actividades que los panelistas realizan en TikTok. Las dos más frecuentes son el “uso global de TikTok” y “ver los contenidos subidos por otros usuarios”. Estas actividades las realizan todos los días más de una vez la mitad de los encuestados. Por otro lado, la actividad de “dar *like* en los vídeos que me gustan” ha sido elegida por el 34,4% de los usuarios de TikTok del panel OIKUSIKER. Por último, y como dato a destacar, más del 80% de los encuestados no ha realizado nunca alguna de estas tres acciones: “escribir comentarios en otros vídeos”, “subir vídeos” y “hacer directos”.

5ª Imagen – Con que frecuencia se hacen las actividades en TikTok

	No lo he hecho nunca o muy pocas veces	Más de una vez al mes	Una vez a la semana	Más de una vez a la semana	Todos o casi todos los días	Todos los días más de una vez
Uso corriente de TikTok	4,0	2,5	3,4	7,9	26,9	55,2
Ver contenidos subidos por otros usuarios	4,1	3,0	4,3	9,7	28,2	50,7
Dar like a los vídeos que me gustan	12,9	6,6	6,8	14,5	24,8	34,4
Comentar en otros vídeos	81,8	7,3	3,6	3,9	2,2	1,2
Subir vídeos	89,8	6,6	1,9	1,2	0,5	0,1
Hacer directos	97,6	1,0	0,7	0,5	0,0	0,2

Fuente: Ikusiker, Applika+

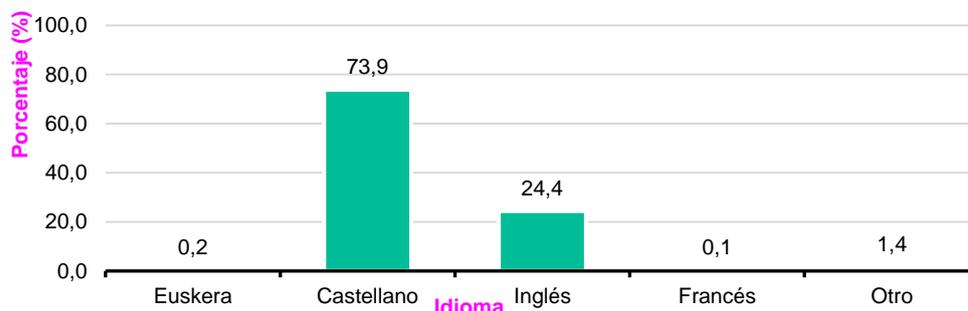


Respecto al idioma, la lengua principal del consumo de los diversos contenidos de TikTok, es el castellano (73,9%). Un 24,4% de los panelistas afirman consumir vídeos en inglés. Solo el 0,2% de nuestros encuestados declara ver contenidos en euskera en TikTok.

6ª Imagen – Cuando ves TikTok, ¿En qué idioma lo ves?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Euskara	3	0,2
Castellano	893	73,9
Inglés	295	24,4
Francés	1	0,1
Otro	17	1,4
Total	1.209	100,0

Fuente: Ikusiker, Applika+



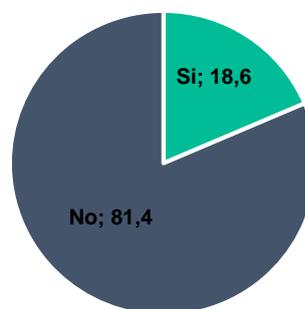
3.2 CREADORES DE TIKTOK

El 81,6% de los panelistas afirman que no crean contenido para TikTok. El porcentaje de quienes sí suben contenido en esta red social es del 18,6%. A ellos se les ha preguntado por el tipo de contenido que producen.

7ª Imagen – ¿Subes videos a TikTok?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	226	18,6
No	991	81,4
Total	1.217	100,0

Fuente: Ikusiker, Applika+

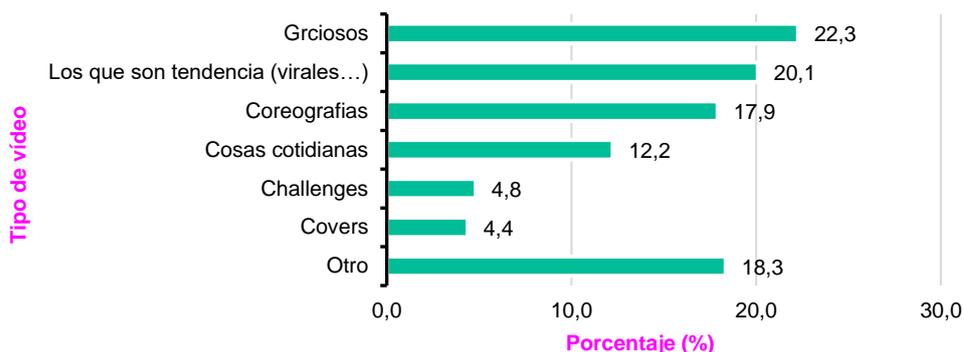


En cuanto a los tipos de contenidos que más se crean, las categorías más citadas entre los panelistas son las de “vídeos graciosos” (22,3%), “versiones de vídeos que son tendencia (virales, hashtag popular...)” (20,1%), “coreografías” (17,9%) y “vídeos de cosas que me pasan en mi día a día” (12,2%).

8ª Imagen -¿Qué tipo de vídeos subes a TikTok?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Vídeos graciosos	51	22,3
Versiones de vídeos en tendencia (virales, hashtag popular...)	46	20,1
Coreografías	41	17,9
Cosas que me pasane n mi día a día	28	12,2
Challenge	11	4,8
Covers de Canciones	10	4,4
Otros	42	18,3
Total	229	100,0

Fuente: Ikusiker, Applika+

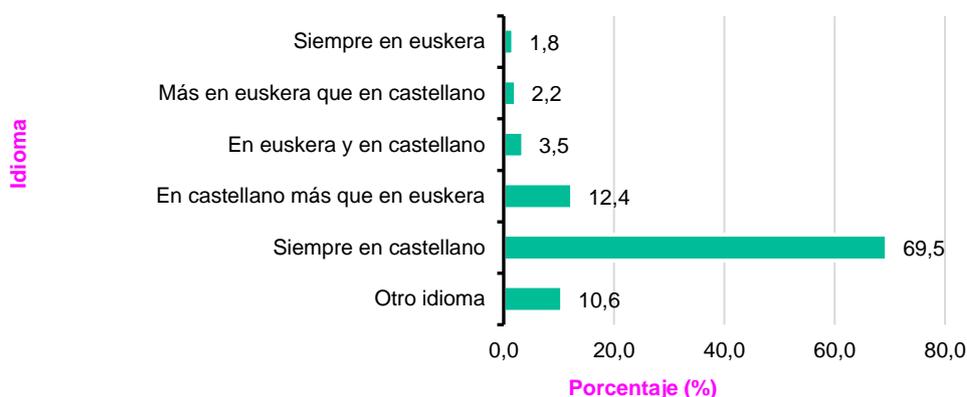


Por lo que respecta al idioma a la hora de crear contenido, casi siete de cada diez panelistas afirman que siempre producen vídeos en castellano (69,5%). Los encuestados que producen más vídeos en euskera que en castellano suponen únicamente el 7,5%.

9ª Imagen - Desde el punto de vista lingüístico, ¿qué idioma utiliza usted para los vídeos que genera Tik Tok?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
Siempre genero vídeos en euskera	4	1,8
Genero más vídeos en euskera que en castellano	5	2,2
Genero los mismos vídeos en euskera y en castellano	8	3,5
Genero más vídeo sen castellano que en euskera	28	12,4
Solo genero vídeos en castellano	157	69,5
Genero más vídeos en otros idiomas que no sea euskera y castellano	24	10,6
Total	226	100,0

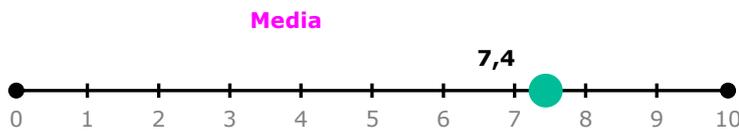
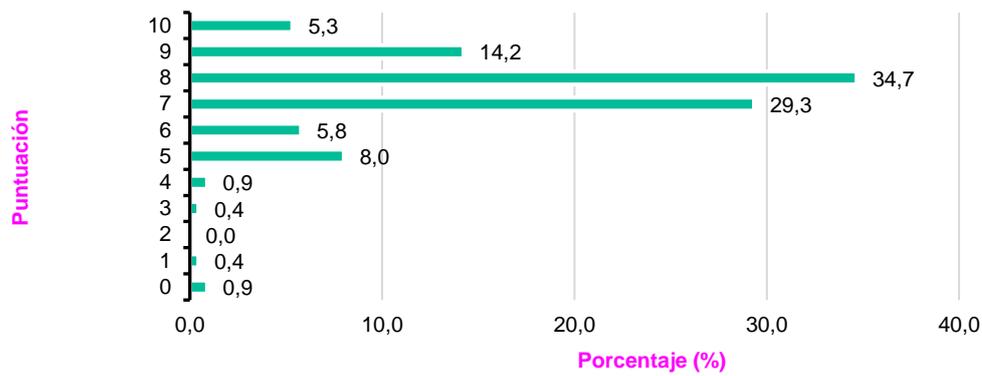
Fuente: Ikusiker, Applika+



Para terminar se les ha pedido a nuestros panelistas que valoren la red social TikTok en una escala de 0 a 10. La puntuación más elegida ha sido 8, mencionada por el 34,7%.

10ª Imagen – Si le tuvieras que poner una puntuación a TikTok, ¿Qué puntuación le darías?

	Frecuencia	Porcentaje (%)
10	12	5,3
9	32	14,2
8	78	34,7
7	66	29,3
6	13	5,8
5	18	8,0
4	2	0,9
3	1	0,4
2	0	0,0
1	1	0,4
0	2	0,9
Total	225	100,0
Puntuación media	7,4	



4. ALGUNAS CONCLUSIONES

- El 66,1% de los encuestados tiene cuenta de TikTok y el 54,1% la usa todos o casi todos los días.
- El acceso a TikTok se realiza mayoritariamente a través del teléfono móvil (97,8%).
- Las actividades que más llevan a cabo en TikTok han sido las relacionadas con el uso general de la red social y con opinar sobre los contenidos subidos por otros usuarios.
- El 81,6% no crean contenido para TikTok. Entre los que sí crean material audiovisual para esta red social, el 22,3% sube habitualmente “vídeos graciosos”.
- Los panelistas han asignado una puntuación media de 7,4 a la red social TikTok.