



Panel universitario:

TikTok
2024-2025

INFORME 54 · ABRIL 2025



ÍNDICE

IKUSIKER.....	2
1. FICHA TÉCNICA.....	3
2. RESULTADOS.....	4
TIKTOK.....	4
EN RESUMEN.....	16
TIKTOK.....	16
IKUSIKER.....	17

IKUSIKER

El Observatorio Audiovisual IKUSIKER estudia los hábitos el consumo audiovisual y los usos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) que tienen los y las jóvenes. Creado en el curso 2018/2019, el Observatorio IKUSIKER lo forman en la actualidad, además del Grupo de Investigación NOR, EITB, la Oficina Pública del Euskera y el Observatorio Vasco de la Cultura.



Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la UPV/EHU

Sarriena auzoa z/g, 48940 Leioa (Bizkaia)

+34 747 414 355

ikusiker@ehu.eus

Esta investigación ha contado con la ayuda técnica de Aztiker Sociología Ikerguna y ha utilizado la aplicación Encuestafacil para la realización de las encuestas *online*.



1. FICHA TÉCNICA

En el curso 2024-2025, el panel de estudiantes universitarios de IKUSIKER está formado por algo más de dos mil alumnos de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU) y de la Universidad Pública de Navarra (UPNA/NUP). En la muestra participan jóvenes de diferentes territorios, áreas de conocimiento, facultades y niveles de estudios. El trabajo de campo se inicia a comienzo de curso con una sesión presencial en la propia clase en la que rellenan la primera encuesta y, a partir de ahí, a las y los alumnos que desean participar en el panel reciben con una periodicidad mensual cada uno de los cinco cuestionarios siguientes.

El Panel Universitario de IKUSIKER del curso 2024-2025 representa estadísticamente a todo el alumnado de la UPV/EHU y de la UPNA. Esta valía estadística se consigue ponderando los datos de la muestra, utilizando para ello las variables de sexo y universidad, país, ámbito de estudios y nivel de estudios.

En este informe se pueden encontrar los resultados de la encuesta sobre las redes sociales Instagram y TikTok realizada entre el 13 y el 25 de enero de 2025. Se han recibido y procesado las respuestas válidas correspondientes a un total de 2024 personas.

2. RESULTADOS

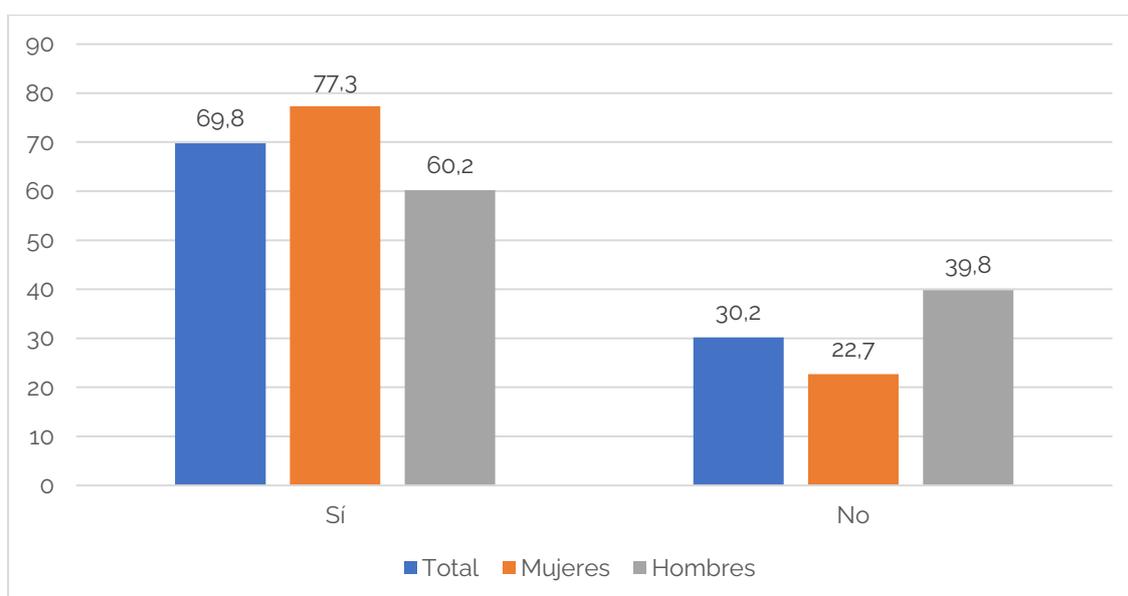
TIKTOK

Como hemos visto al inicio de este informe, TikTok es una red social muy extendida entre los universitarios. Dos de cada tres estudiantes tienen cuenta y la utilizan, y cuando se les pregunta si la sitúan entre las redes sociales más utilizadas el 25% responde que sí, colocándose por detrás de WhatsApp e Instagram.

En este apartado nos centraremos en TikTok y en los resultados representativos del alumnado de UPV/EHU y UPNA/NUP. En primer lugar, se pondrá atención en el alcance y frecuencia de uso de TikTok y a continuación se expondrá para qué se conectan y en qué medida suben contenido. Para profundizar en los resultados, se ha realizado una comparación por sexo y nivel de estudios.

El 69,8% del alumnado tiene cuenta en TikTok y este porcentaje es bastante superior entre las mujeres (77,3%) que entre los hombres (60,2%).

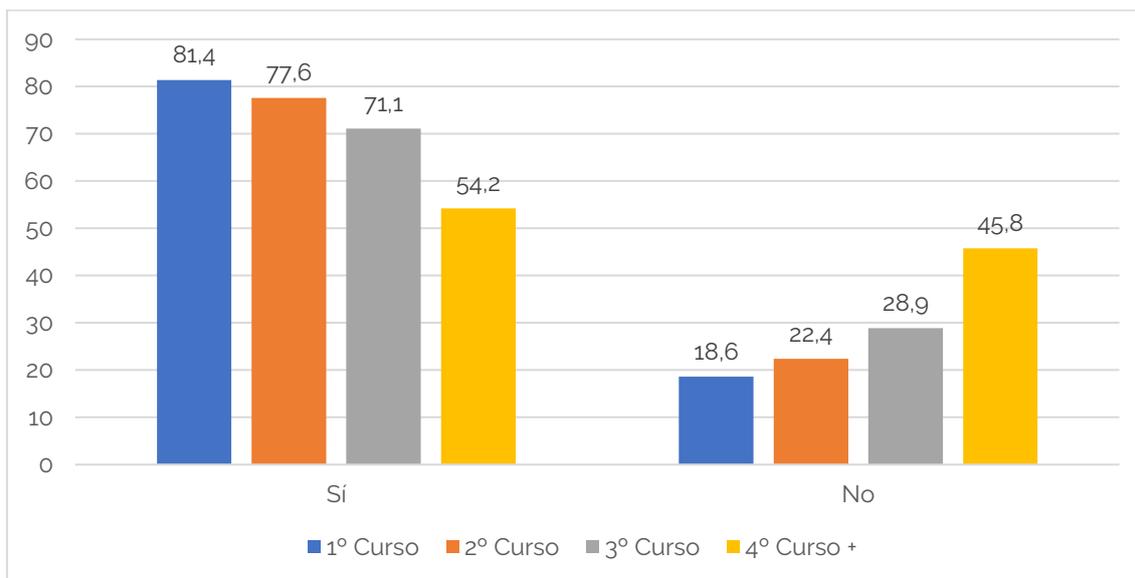
Imagen 30: Posesión de cuenta de TikTok. Porcentajes totales y en función del sexo.



Fuente: Ikusiker, enero de 2025

El análisis enfocado al nivel de estudios pone de manifiesto que los más jóvenes (1º y 2º curso) son más frecuentes en TikTok que los estudiantes de 3º y 4º. Hay 27,2 puntos de diferencia entre ambos.

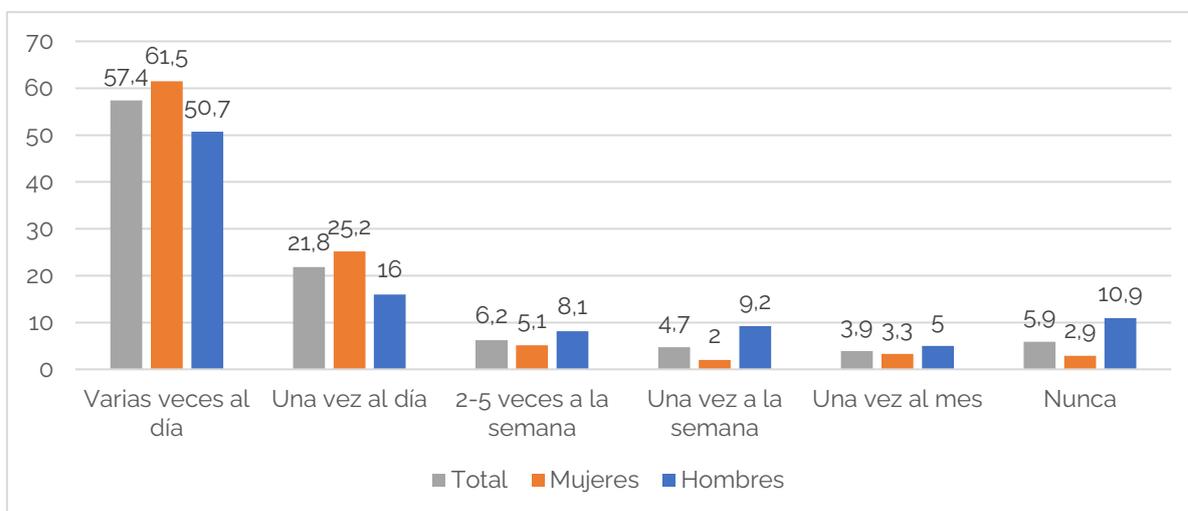
Imagen 31: Cuenta de TikTok. Porcentajes en función del curso.



Fuente: Ikusiker, enero de 2025

Entre el alumnado de primero, el 81,4% tiene cuenta en TikTok ante el tan sólo 54,2% de los de cuarto. Por el contrario, el porcentaje de personas más jóvenes que no utilizan TikTok es del 18,6%, y los alumnos de cuarto se sitúan en el 45,8%.

Imagen 32: Frecuencia de uso de TikTok. Porcentajes totales y en función del sexo.

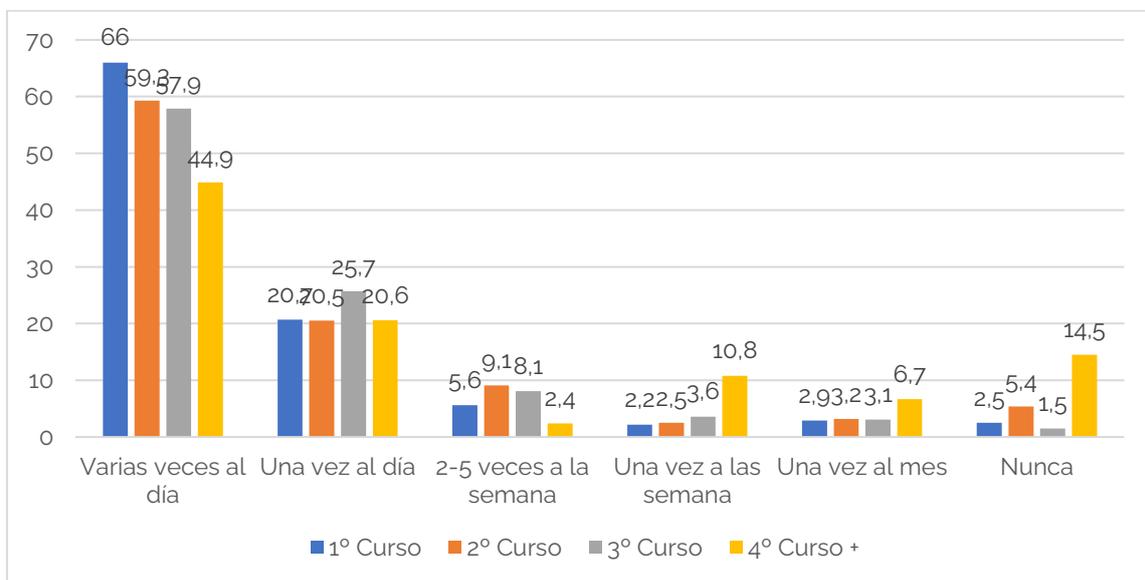


Fuente: Ikusiker, enero de 2025

El alcance y la frecuencia de uso de esta red social son muy altos. Respecto a esta última, el 57,4% de los encuestados afirma utilizarla "varias veces al día". El porcentaje de alumnos que se conectan una vez al día es de 21,8%, cuatro puntos superior en el caso de las mujeres (25,2%). El número de alumnos con frecuencias de uso más bajas es pequeño.

La siguiente imagen propone una lectura en función del nivel de estudios.

Imagen 33: Frecuencia de uso de TikTok. Porcentajes en función del curso.



Fuente: Ikusiker, enero de 2025

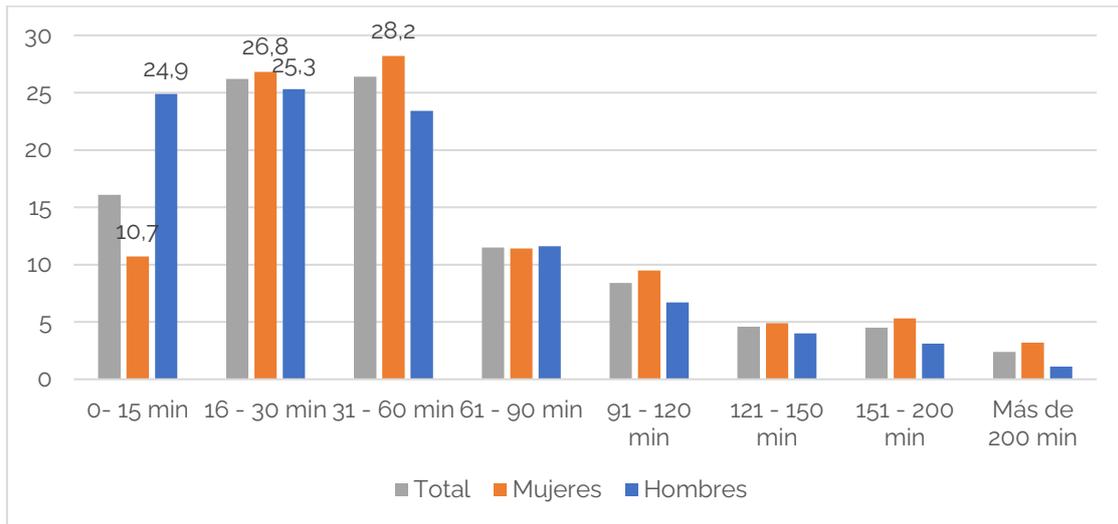
Como se puede observar en la imagen superior, independientemente del nivel de estudios, la mayoría de los panelistas responden que se conectan "varias veces al día". Mientras que el porcentaje de alumnos de primero en esta categoría llega a 66%, el de los de cuarto es del 44,9%. En el otro extremo, el porcentaje de quienes tienen una frecuencia de uso baja o inexistente, aumenta considerablemente entre el alumnado de cuarto curso.

Cuando se les pregunta cuánto tiempo pasan al día en TikTok, la mayoría de estudiantes (52,6%) dice que emplea entre 16 y 60 minutos en esta red social. Las cifras son ligeramente superiores entre las chicas (54,4%).

El porcentaje de quienes tienen consumos superiores a una hora es de 31,4 y en este caso también los porcentajes relativos a las mujeres son superiores (34,3%). Por el contrario, en el caso de la franja de 0 a 15 minutos diarios, el porcentaje de

hombres es mayor que el de las mujeres: 24,9% en el caso de los primeros y 10,7% en el de las segundas.

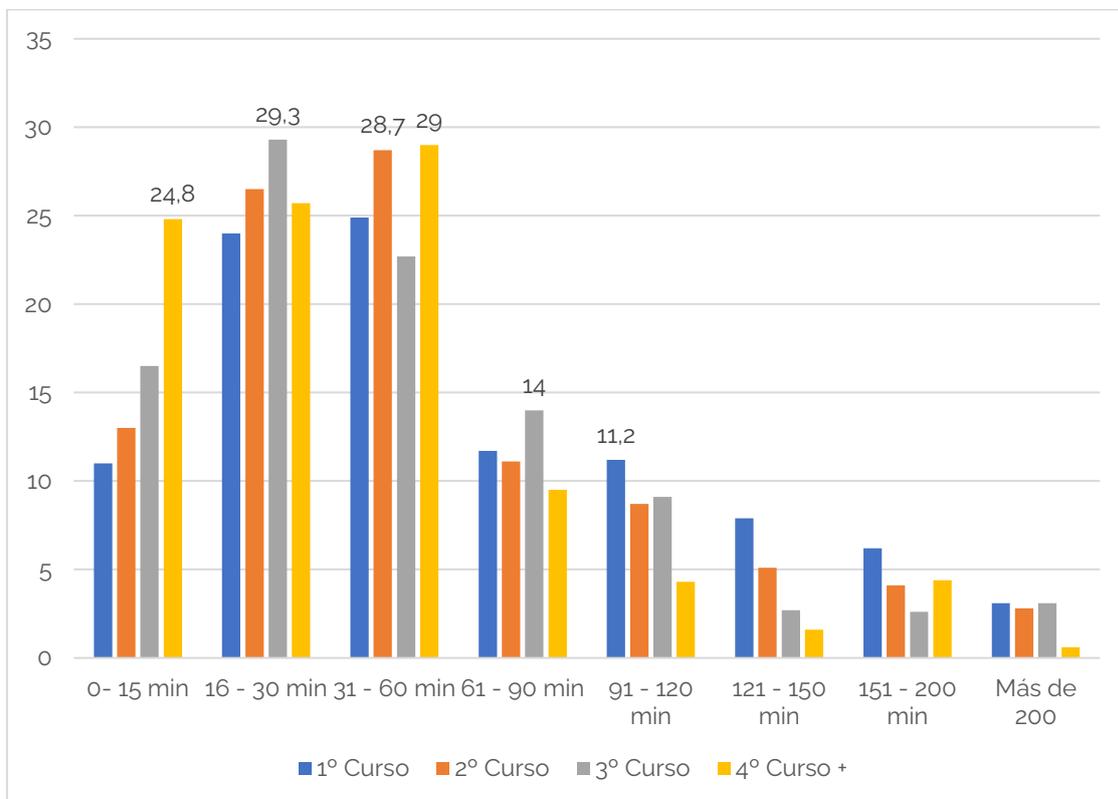
Imagen 34: Tiempo dedicado a TikTok al día. Porcentajes totales y en función del sexo.



Fuente: Ikusiker, enero de 2025

En cuanto al nivel de estudios, los alumnos de primero y segundo tienen unos consumos más bajos. El número de minutos que los mayores de 20 años le ofrecen a TikTok disminuye.

Imagen 35: Tiempo dedicado a TikTok al día. Porcentajes en función del curso.

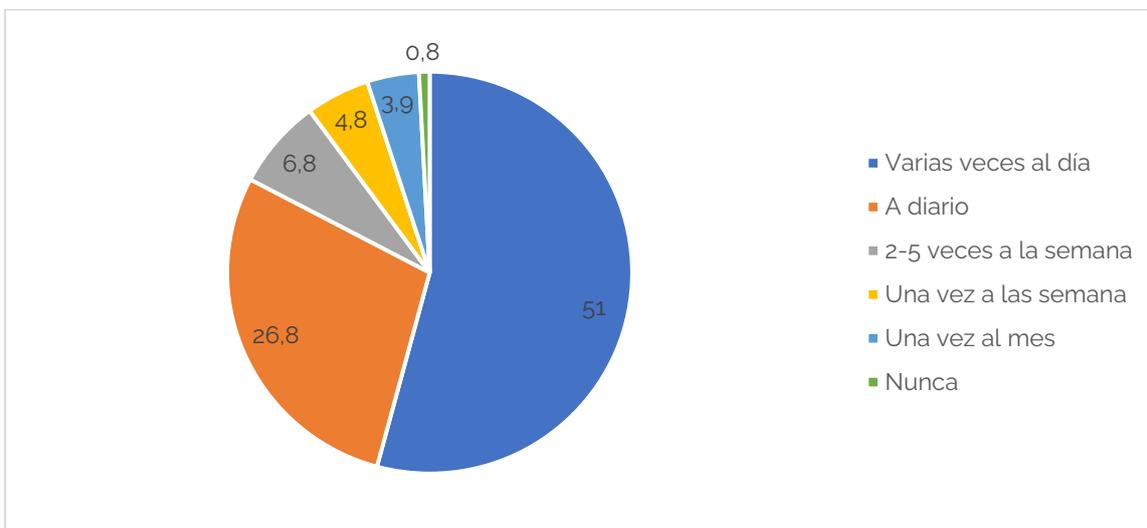


Fuente: lkusiker, enero de 2025

En la figura 35 se observa que, en general, los consumos de hasta 60 minutos se dan en menor medida entre el alumnado de primer y segundo curso. Estos pasan más tiempo en TikTok, a diferencia de los alumnos de cursos superiores, que muestran porcentajes más bajos en los periodos de más de 90 minutos.

En los siguientes apartados pondremos el foco en las razones que los alumnos aducen para acceder a TikTok, y desgranaremos los datos de esos motivos uno a uno: ver vídeos que suben los demás, subir los vídeos producidos por uno mismo y hacer directos en la aplicación.

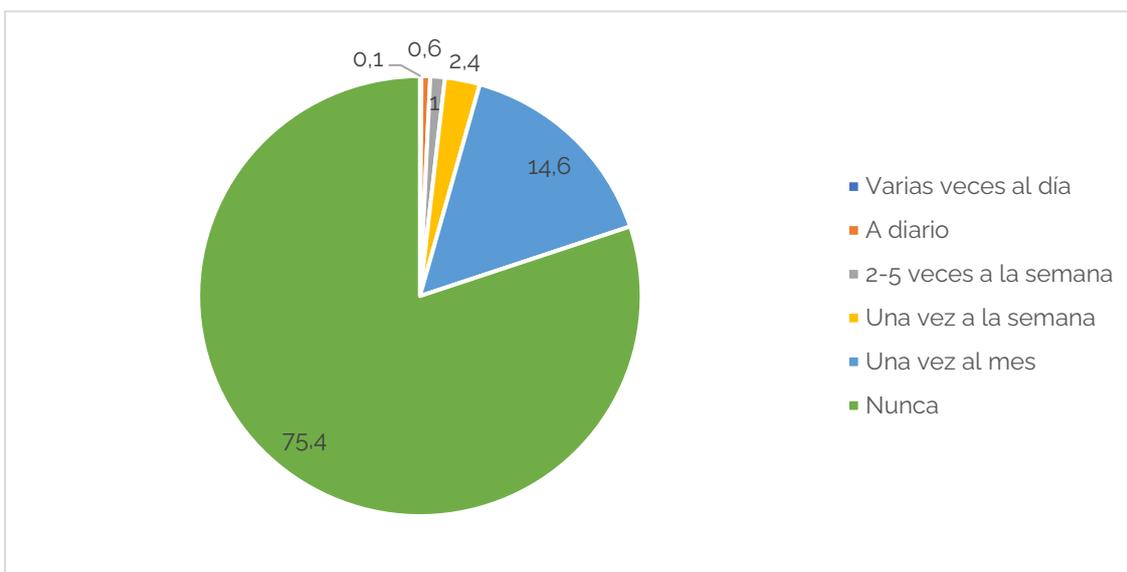
Imagen 36: Usos de TikTok (1): para ver vídeos subidos por otras personas.



Fuente: Ikusiker, enero de 2025

El primero de los usos más comunes de TikTok entre el alumnado es el de ver vídeos subidos por otros usuarios. El 51% de los estudiantes dice que lo utiliza varias veces al día con este fin y otro 26,8% lo hace al menos una vez al día. En total, el 77,8% de los estudiantes universitarios afirma que utiliza TikTok a diario para ver vídeos de otros.

Imagen 37: Usos de TikTok (2): para subir vídeos.

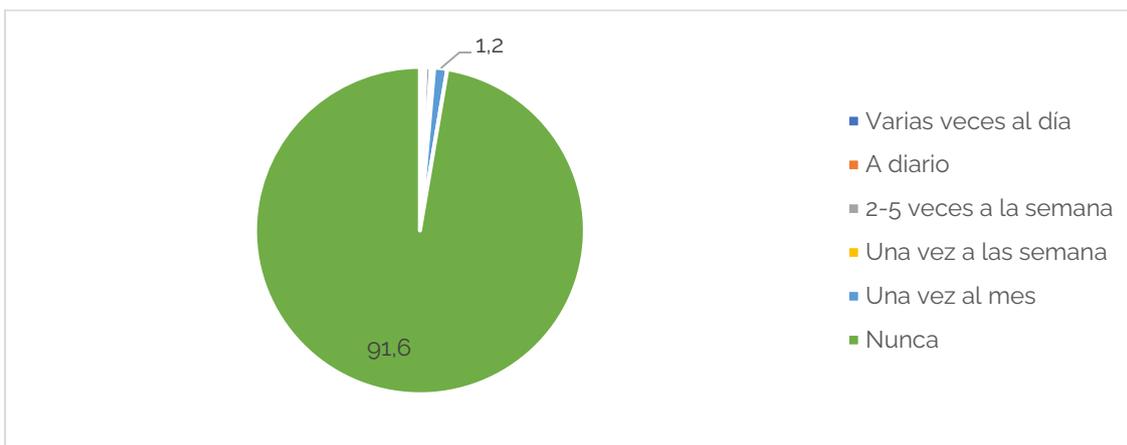


Fuente: Ikusiker, enero de 2025

El porcentaje de alumnos que, más allá de ser meros espectadores, suben vídeos a la plataforma es de 24,6%. Entre los más activos se encuentra un 14,6% que afirma

subir vídeos una vez al mes. Esto pone de manifiesto que TikTok es una red social utilizada principalmente para consumir contenidos generados por otros. El 75,4% nunca sube contenido.

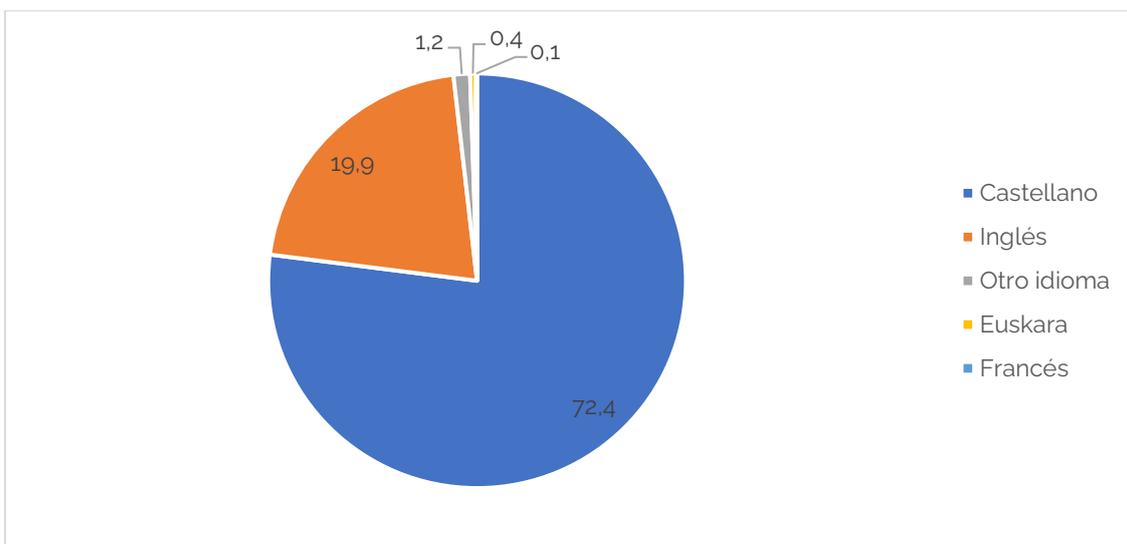
Imagen 38: Usos de TikTok (3): para hacer directos.



Fuente: Ikusiker, enero de 2025

Del mismo modo, el porcentaje de personas que realizan directos en TikTok es muy bajo y además la frecuencia entre quien los hacen es muy baja. Las respuestas recogidas en la encuesta lo demuestran: el 91,6% de los alumnos nunca hace directos directo y el 1,2% afirma que los hace una vez al mes.

Imagen 39: Lengua principal de uso de TikTok.

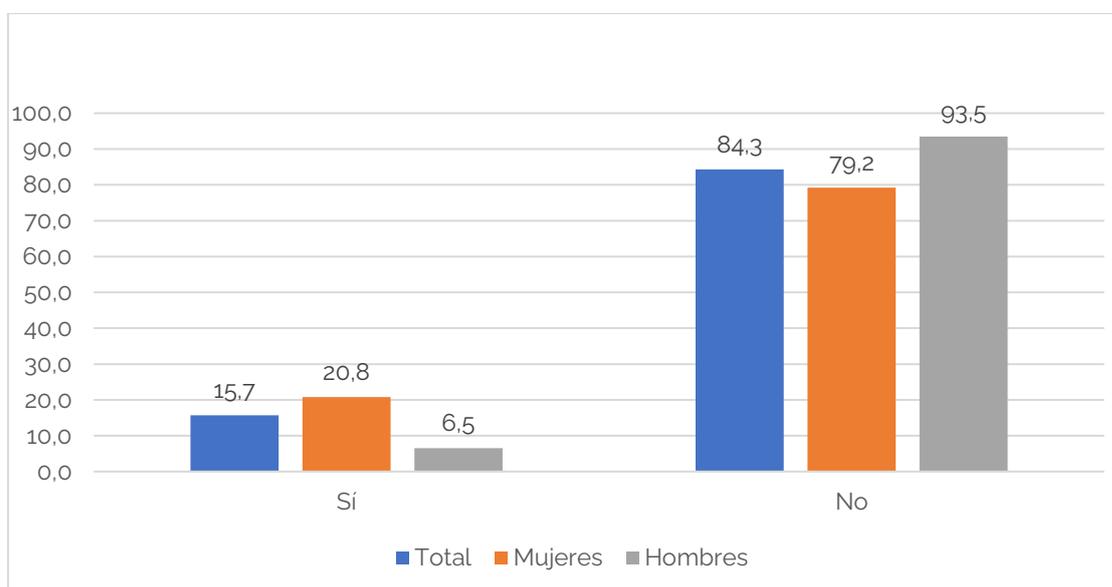


Fuente: Ikusiker, enero de 2025

En cuanto a los idiomas que se utilizan en TikTok, el castellano es el más común. Así, el 72,4% de los contenidos que se visualizan son en castellano, seguido del inglés con el 19,9%. La presencia del resto de lenguas es cercana a cero.

En los apartados siguientes, se muestra si los alumnos y alumnas aficionadas a TikTok crean y suben contenidos a la red social. De esta manera se sabrá cuántos usuarios de TikTok son más activos, proporcionalmente, y de qué tipo son los contenidos que generan.

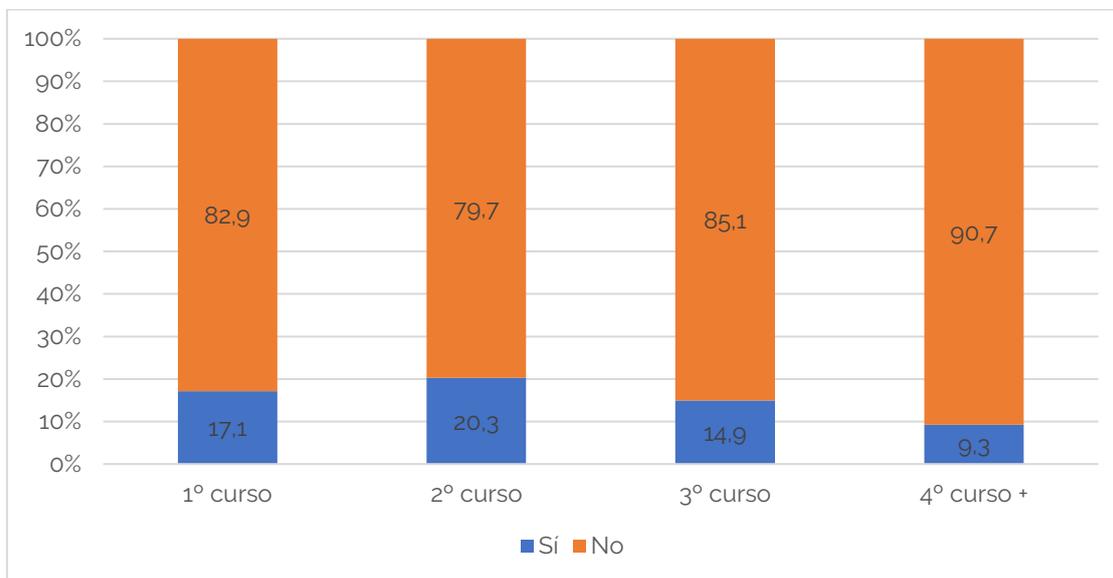
Imagen 40: Creadores en TikTok. Porcentajes totales y en función del sexo.



Fuente: Ikusiker, enero de 2025

Ver los contenidos creados por otros es el uso más común de los jóvenes en TikTok (79,3%). Sólo el 14,8 por ciento dice subir a la red social sus propios contenidos. El 20,2% del alumnado que afirman crear contenido son mujeres, ante el 5,8% de hombres.

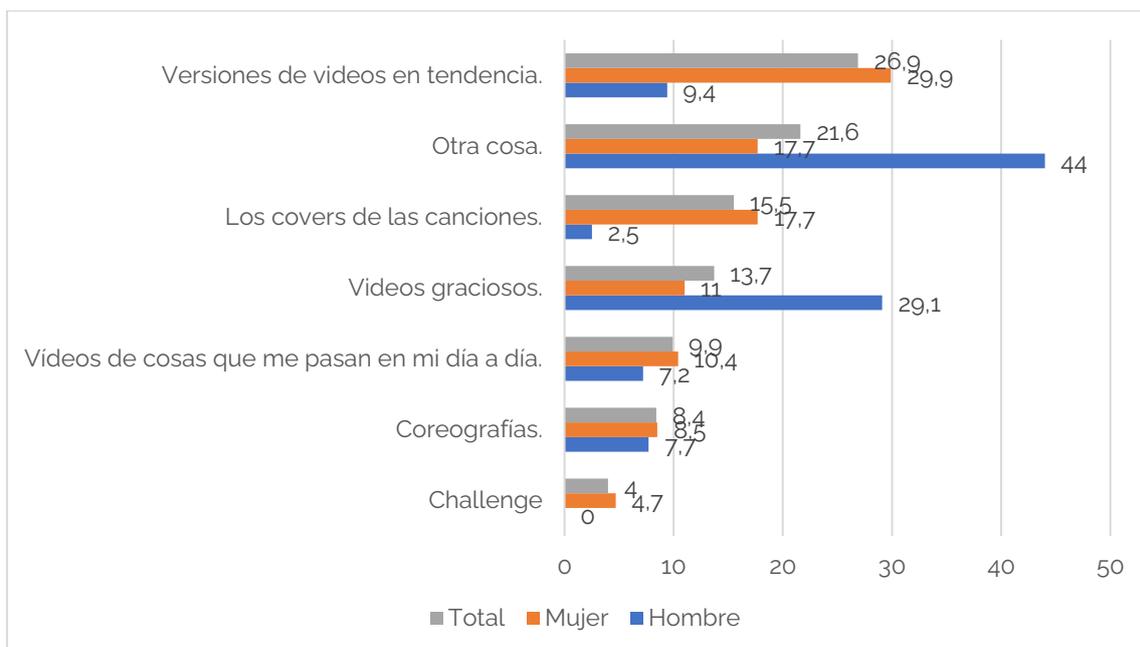
Imagen 40: Creadores en TikTok. Porcentajes en función del curso.



Fuente: Ikusiker, enero de 2025

La figura 41 muestra que casi ocho de cada diez alumnos no crean ni suben contenido en TikTok, independientemente de su nivel de estudios. Eso sí, la presencia de los más activos en la red social es mayor en el caso de los más jóvenes (el 20,3% del alumnado de segundo sube contenido).

Imagen 41: Tipo de contenido creado en TikTok. Porcentajes totales y en función del sexo.

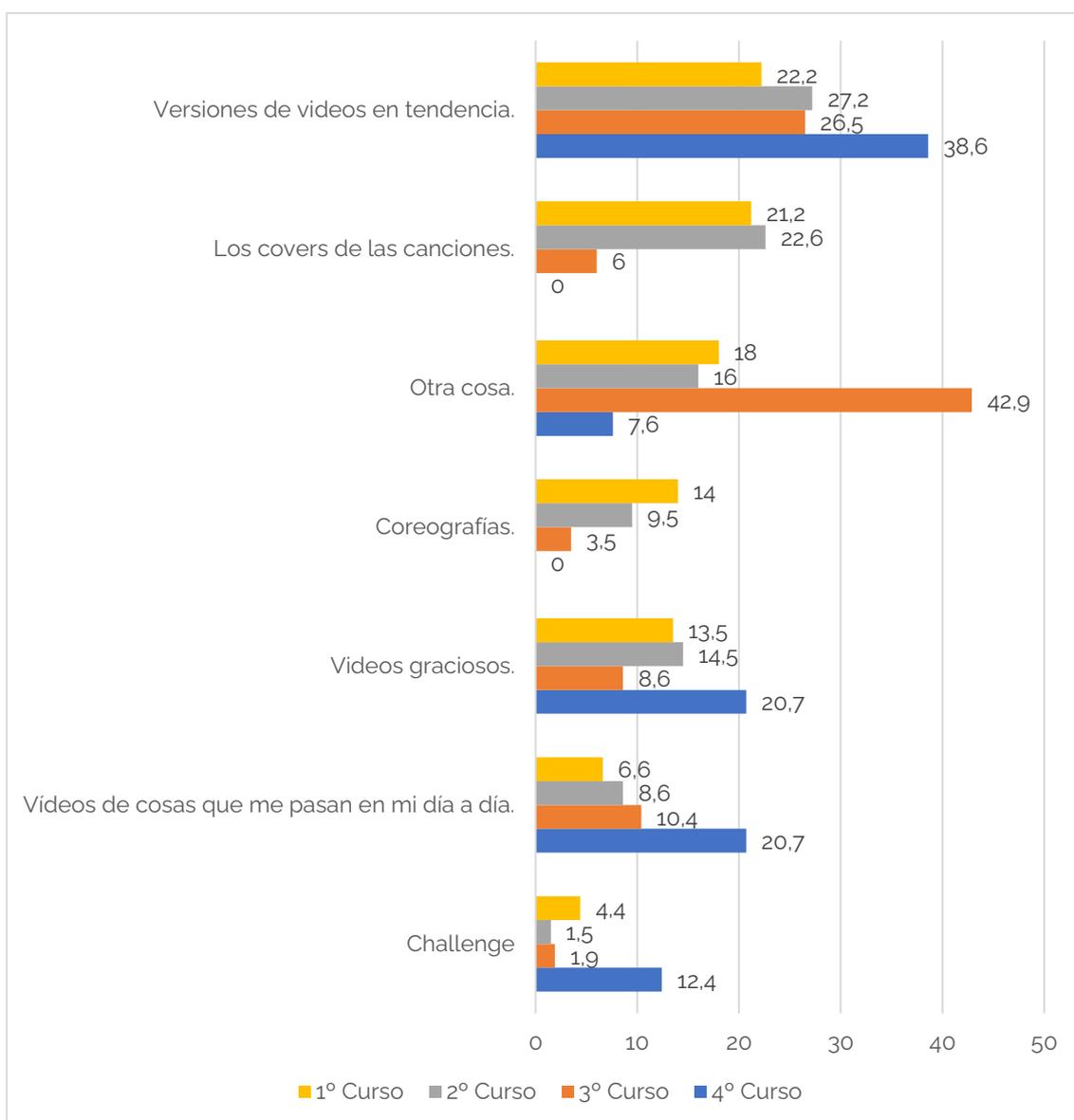


Fuente: Ikusiker, enero de 2025

Entre los diferentes tipos de videos que el alumnado creador sube a TikTok se encuentran, sobre todo, versiones de videos en tendencia (26,9%), covers de canciones (15,5%) y videos cómicos (13,7%). Los que han optado por la categoría de "otro" no son pocos (21,6%), pero no podemos saber qué tipo de videos son.

En cuanto al sexo, en los hombres predominan dos opciones: la categoría "otro" con un 44% y los videos graciosos con un 29,1%. En ambos casos, los porcentajes de mujeres son muy diferentes; entre las mujeres destaca la realización de versiones de videos en tendencia (29,9%) y covers de canciones (17,7%).

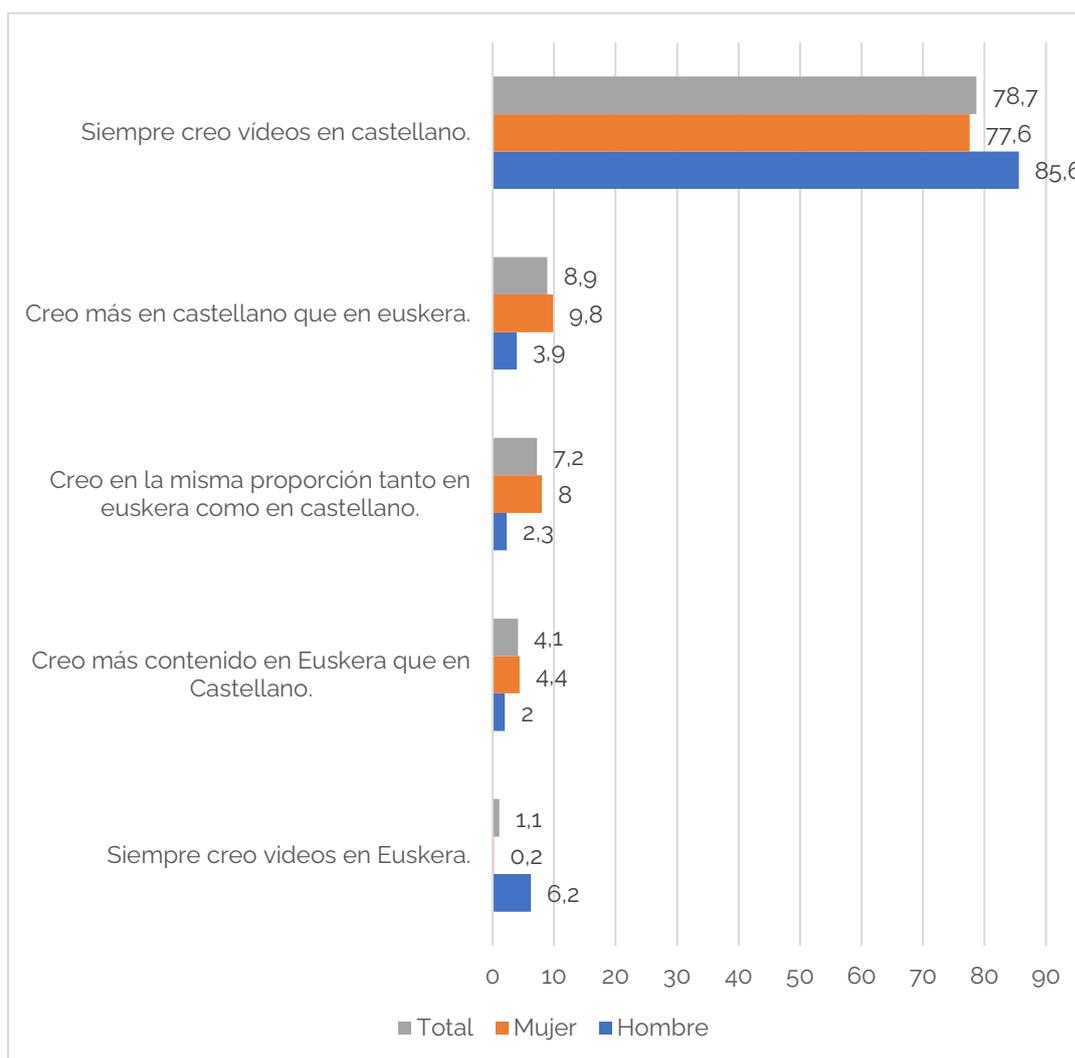
Imagen 43: Tipo de contenido creado en TikTok. Porcentajes en función del curso.



Fuente: Ikusiker, enero de 2025

La lectura de los resultados por curso muestra que entre los alumnos de mayor edad la categoría de covers de canciones y bailes ocupan porcentajes más bajos. Por el contrario, es más común que estos alumnos se ciñan a las categorías de versiones videos en tendencia, videos sobre su cotidianidad o día a día y videos graciosos.

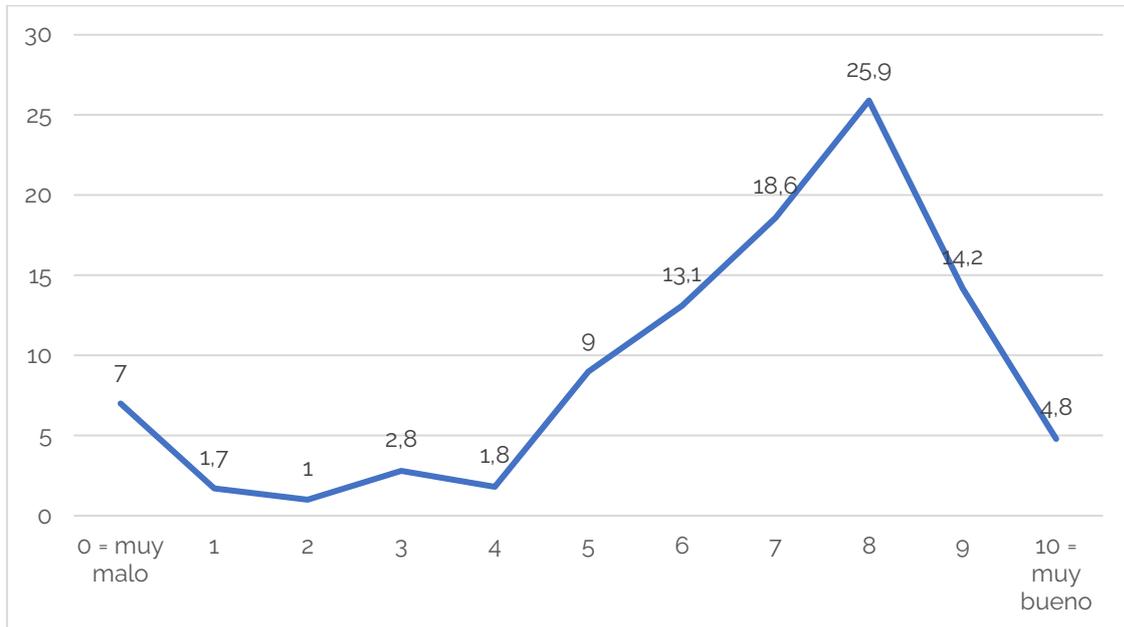
Imagen 44: Lengua en la que producen los videos. Porcentajes totales y en función del sexo.



Fuente: Ikusiker, enero de 2025

La imagen 44 muestra el alto porcentaje de personas que realizan videos de TikTok en castellano (78,7%). El 77,6% de las mujeres realiza siempre videos en castellano y entre los hombres la cifra alcanza el 85,6%. Sin embargo, el 6,2% de los hombres dice crear siempre los videos en euskera, pero el dato relativo a las mujeres queda en el 0,2%.

Imagen 45: Valoración general de TikTok.



Fuente: lkusiker, enero de 2025

La nota que merece TikTok según el 25,9% del alumnado es de 8. En general, el 44,5% de los estudiantes le otorga una nota entre 7 y 8. El 22,1% de las respuestas se colocan entre el 5 y el 6 y aquellos que le dan un excelente conforman un 19%.

EN RESUMEN

TIKTOK

- El 69,8% de los encuestados tiene cuenta en TikTok. Este porcentaje es 17,1 puntos superior entre las mujeres (77,3%) que entre los hombres (60,2%).
 - Además, del mismo modo que el 81,4% de los universitarios de 18 a 19 años tiene cuenta, el uso entre los de 4º desciende considerablemente (54,2%).
- Aparecen datos destacables en los dos factores relacionados con el uso, es decir, en la frecuencia de conexión y tiempo de uso. El 79,2% de los universitarios accede a diario al TikTok, de los cuales el 57,4% lo hace más de una vez al día. La mayoría de los usuarios pasan conectados entre 16 y 60 minutos al día en la aplicación. Otro 31,4% utiliza TikTok más de una hora al día. Aunque los consumos entre 16 y 60 minutos son los más frecuentes entre el alumnado de todas las edades, los de primer y segundo curso son entre los que pasan más tiempo en TikTok.
- Entre las razones por las que los alumnos se conectan a TikTok destacan dos: ver vídeos subidos otros usuarios y subir los producidos por uno mismo. Lo más habitual es ver vídeos de otros (el 51% lo hace más de una vez al día y 26,8% cada día). En cualquier caso, uno de cada cuatro estudiantes sube sus propios vídeos y, además, el 14,6% lo hace una o varias veces al día.
- El castellano (72,4%) y en menor proporción el inglés (19,9%) son los idiomas predominantes en TikTok.
- Entre las creaciones de los alumnos más activos en TikTok que graban y suben vídeos a la red, predominan las versiones de vídeos en tendencia, los covers de canciones o los vídeos graciosos. Entre las chicas son más habituales las dos primeras y los chicos recurren con más frecuencia a vídeos divertidos.
- El castellano predomina en los vídeos creados para TikTok. La suma de las categorías "siempre en castellano" o "casi siempre en castellano" supone el 87,6%. El porcentaje de quienes prefieren el euskera es de 5,2.
- Cuando se les solicitado una valoración global de TikTok, el 44,5% otorga una nota de 7-8. Otro 19% le da entre 9 y 10 puntos.

IKUSIKER

El Observatorio Audiovisual IKUSIKER estudia los hábitos el consumo audiovisual y los usos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) que tienen los y las jóvenes. Creado en el curso 2018/2019, el Observatorio IKUSIKER lo forman en la actualidad, además del Grupo de Investigación NOR, EITB, la Oficina Pública del Euskera y el Observatorio Vasco de la Cultura.



Kulturaren
Euskal Behatokia
Observatorio Vasco
de la Cultura



UPV/EHUko Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultatea

Sarriena auzoa z/g, 48940 Leioa (Bizkaia)

+34 747 414 355

ikusiker@ehu.eus