

íxus  
íker.

Panel universitario

TikTok

INFORME N° 61 · DICIEMBRE DE  
2025

# ÍNDICE

IKUSIKER .....	2
1. FICHA TÉCNICA .....	3
2. RESULTADOS .....	4
TikTok .....	4
Bienestar .....	11
EN RESUMEN .....	14
TikTok .....	14
Bienestar .....	14
IKUSIKER .....	16

# IKUSIKER

El Observatorio Audiovisual IKUSIKER tiene como objetivo estudiar los hábitos en el consumo audiovisual y los usos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) que tienen los y las jóvenes.

El Observatorio se fundó en el curso 2018/2019 y a día de hoy lo forman además del grupo de investigación NOR, los siguientes organismos: EITB, la Oficina Pública del Euskera, el Observatorio Vasco de la Cultura y Euskarabidea.

El código de identificación del grupo de investigación NOR es: IT1438-22. El Observatorio IKUSIKER se encuadra en la investigación US24/29 de la EHU.



Kulturaren  
Euskar Behatokia  
Observatorio Vasco  
de la Cultura



Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Universidad del País Vasco. EHU. Sarriena auzoa z/g. 48940. Leioa (Bizkaia).

+34 747 414 355

[ikusiker@ehu.eus](mailto:ikusiker@ehu.eus)

**Cómo citar:** Observatorio kusiker (2025): *TikTok. Informe nº 61*.

Autoría: Edorta Arana Arrieta, Bea Narbaiza Amillategi, Garazi Sanchez Murciano, Ane Zugaza Goienetxea, Xabier Tirapu Intxaurrendo, Mikel Peña Sarrionandia, Itziar Zorita Agirre, Maialen Goirizelaia Altuna, Jone Hernandez Perez de Gereñu y Uxue Zendagortagalartza Velasco.

[www.ikusiker.eus](http://www.ikusiker.eus)

Esta investigación cuenta con la ayuda técnica de Aztiker Sociología Ikergunea y utiliza la aplicación Encuestafacil para la realización de las encuestas *online*.



## 1. FICHA TÉCNICA

En el curso 2025-2026, el panel de estudiantes universitarios IKUSIKER está formado por algo más de tres mil alumnos y alumnas de la Universidad del País Vasco (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, las y los alumnos que desean participar en el panel reciben con una periodicidad mensual cada uno de los cinco cuestionarios siguientes.

En este informe se pueden encontrar los resultados de la encuesta sobre la red social TikTok realizada entre el 5 y el 13 de noviembre de 2025. Se han recibido y procesado las respuestas válidas correspondientes a un total de 3025 personas

El Panel Universitario IKUSIKER del curso 2025-2026 representa estadísticamente a todo el alumnado de la EHU y de la UPNA/NUP. Esta validación estadística se consigue ponderando los datos de la muestra, utilizando para ello las variables:

- Género
- Universidad
- Provincia
- Área de conocimiento
- Nivel de estudios

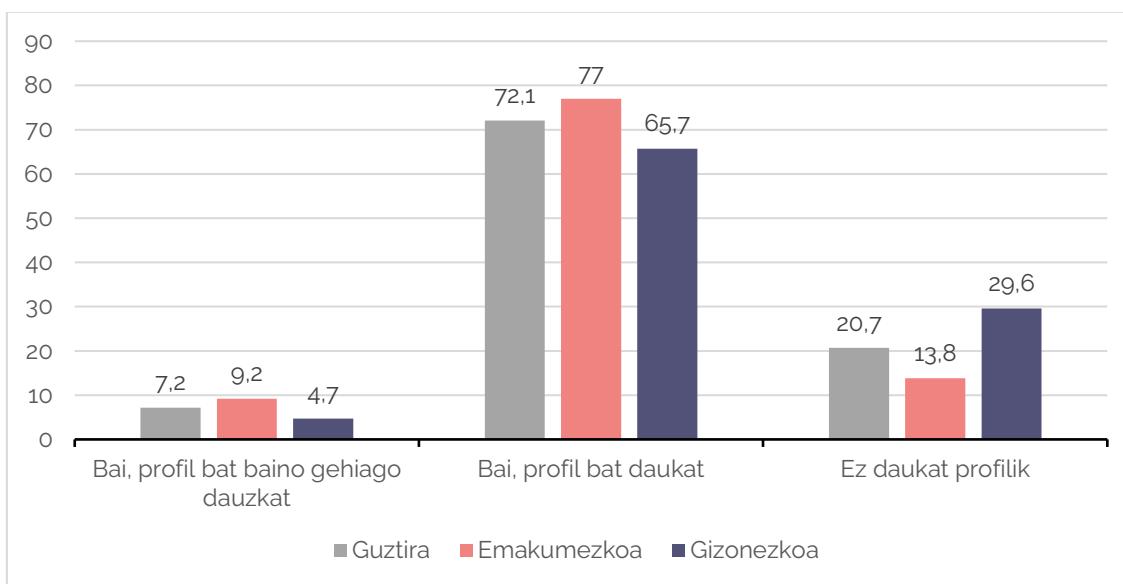
## 2. RESULTADOS

### TIKTOK

En los últimos años, TikTok ha entrado con fuerza en los hábitos de consumo de los más jóvenes. En el caso del alumnado universitario, el asentamiento de esta red social ha sido más paulatino, pero es, aún y todo, una de las plataformas que encabezan el consumo en este tramo de edad.

Como muestra la imagen inferior, el 79,3% del alumnado tiene al menos una cuenta en la red social. El porcentaje de mujeres es 15,8 puntos más alto.

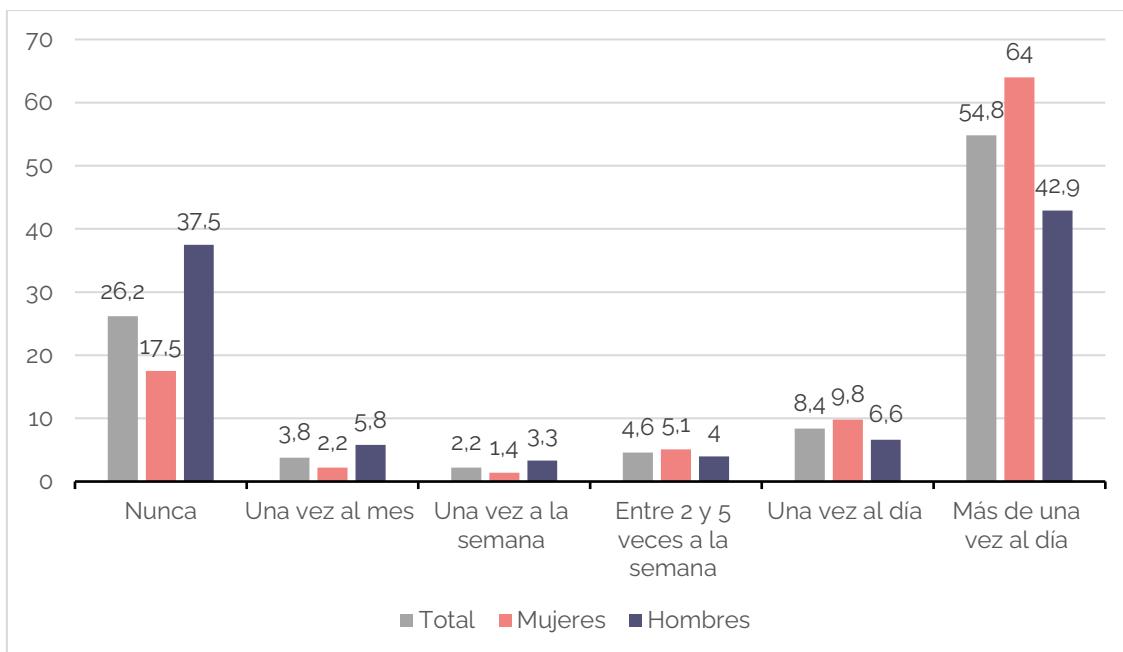
**Imagen 1: Posesión de cuenta en TikTok. Porcentajes totales y en función del género.**



Fuente: Ikusiker, noviembre de 2025

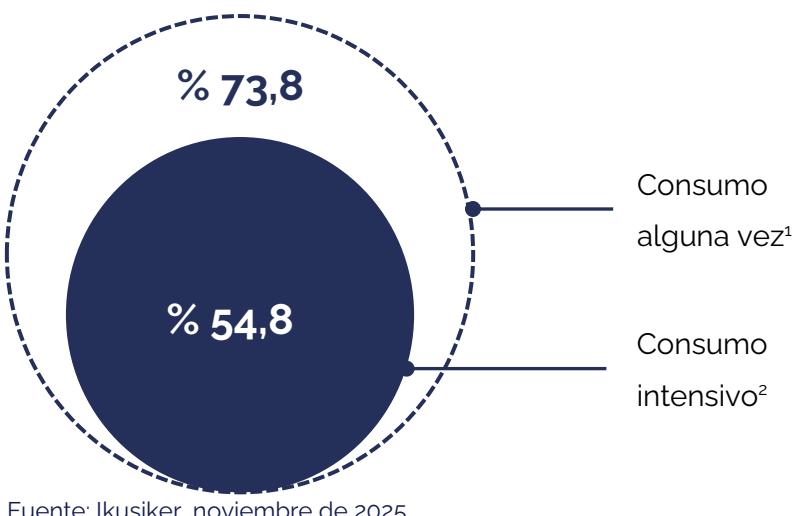
Como se observa en el siguiente gráfico, el 73,8% de los alumnos utilizan TikTok con algún tipo de asiduidad y más de la mitad (54,8%) lo hace de una manera intensiva, es decir, utilizan TikTok más de una vez al día. Entre los usuarios que consumen TikTok de forma intensiva, resulta interesante analizar los datos en función del género, puesto que el consumo de las mujeres es más elevado (64%) que el de los hombres (42,9%). Entre el alumnado que afirma no usar esta red social, (que constituye el 26,2% de los estudiantes) sí se observa una diferencia significativa por género: el 37,5% de los hombres no utiliza TikTok, frente al 17,5% de las mujeres.

**Imagen 2: Frecuencia de uso de TikTok. Porcentajes totales y en función del género.**



Fuente: Ikusiker, noviembre de 2025

**Imagen 3: Frecuencia de uso de TikTok por grandes tipologías. Porcentajes totales.**



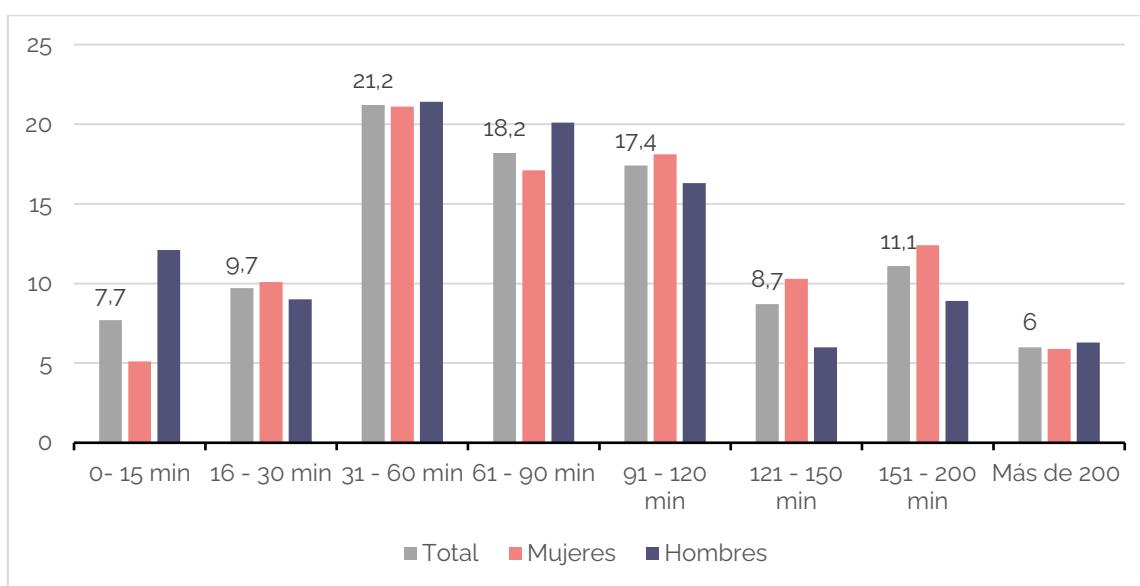
Fuente: Ikusiker, noviembre de 2025

<sup>1</sup> Varias veces al día + una vez al día + entre 2 y 5 días a la semana + una vez a la semana + una vez al mes

<sup>2</sup> Varias veces al día

Se ha preguntado a los estudiantes que utilizan TikTok sobre la cantidad de tiempo que pasan en la aplicación. Aunque las respuestas son diversas, el 56,8% consume entre 31 y 120 minutos, pero también se concentran estudiantes en los márgenes. Por ejemplo, el 25,8% de los encuestados pasan más de dos horas al día en TikTok. Al observar el tiempo de consumo según el género, se aprecia que no hay una diferencia significativa.

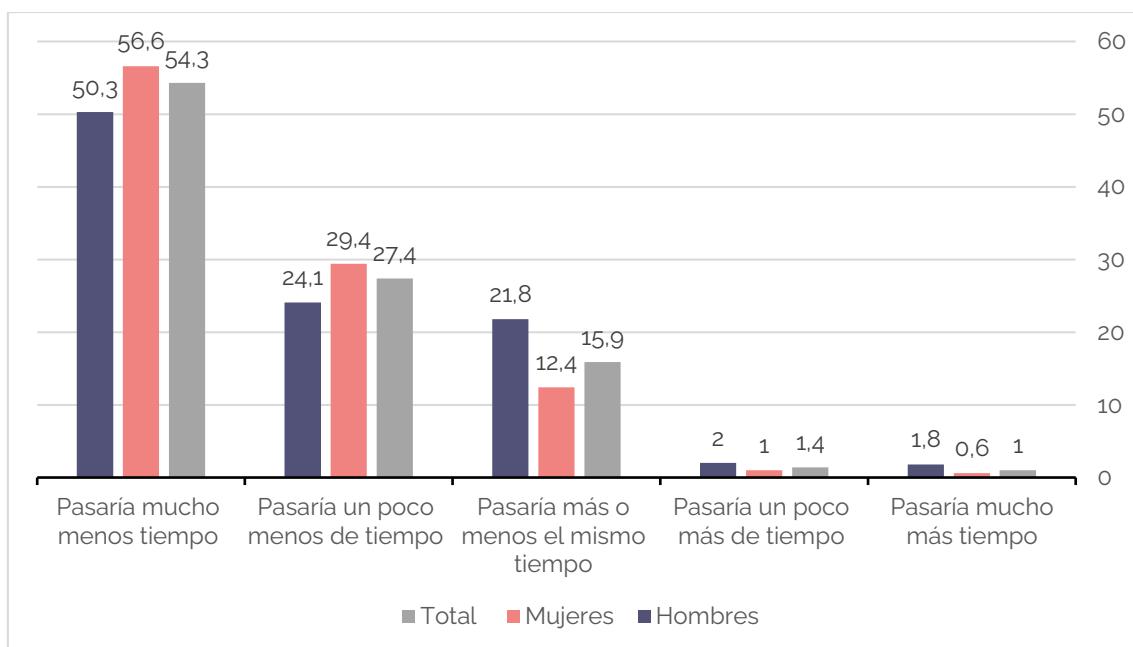
**Imagen 4: Tiempo dedicado a TikTok al día. Porcentajes totales y en función del género.**



Fuente: Ikusiker, noviembre de 2025

Siguiendo con la interpretación, se ha preguntado a los usuarios si, en caso de tener la posibilidad pasarían más o menos tiempo en TikTok. El 81,7% del alumnado que utiliza la red social afirma que les gustaría pasar menos tiempo en esta red social. Al analizar este grupo más de cerca, al 54,3% les gustaría hacerlo "mucho menos tiempo". Entre los que pasarían menos tiempo, las mujeres son más numerosas, aunque la diferencia con los hombres es pequeña. Cabe recordar que las mujeres usan más TikTok que los hombres.

**Imagen 5: Tiempo que les gustaría dedicar a TikTok. Porcentajes totales y en función del género.**



Fuente: Ikusiker, noviembre de 2025

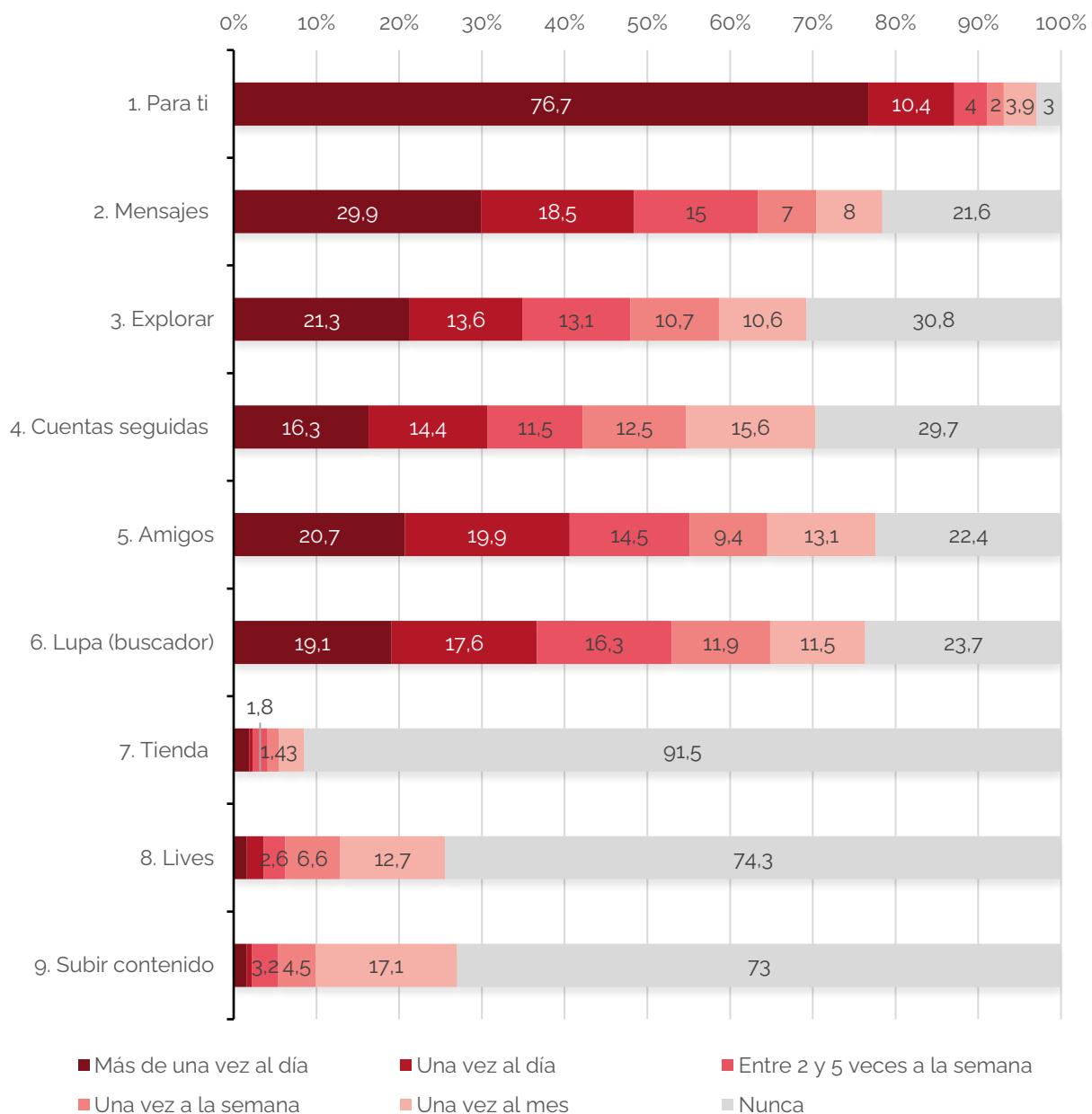
Profundizando en el uso de TikTok, los usuarios han respondido sobre el uso que les dan a los diferentes recursos que ofrece la red social. Para empezar, hay que diferenciar los recursos en dos grupos: aquellos que ofrecen el contenido propuesto por la misma aplicación (las secciones "Para ti" y "Explorar"), y aquellos que el usuario busca de manera activa (las secciones "cuentas seguidas", "amigos", "mensajes" o las búsquedas realizadas mediante la "Lupa").

El recurso más consumido es el contenido que ofrece la sección de "Para ti": el 97% de los usuarios lo utiliza, y de ellos, el 87,1 lo consume mínimo una vez al día. El segundo recurso más utilizado son los mensajes (78,4%): espacio en el que los amigos comparten y comentan vídeos de otros usuarios. Siguiendo con el consumo de vídeos, el 69,3 consume videos que aparecen en la sección "Explorar" (el 34,9% de ellos al menos una vez al día), y el 70,3% consume el contenido creado por las cuentas que siguen (el 30,7% al menos una vez al día).

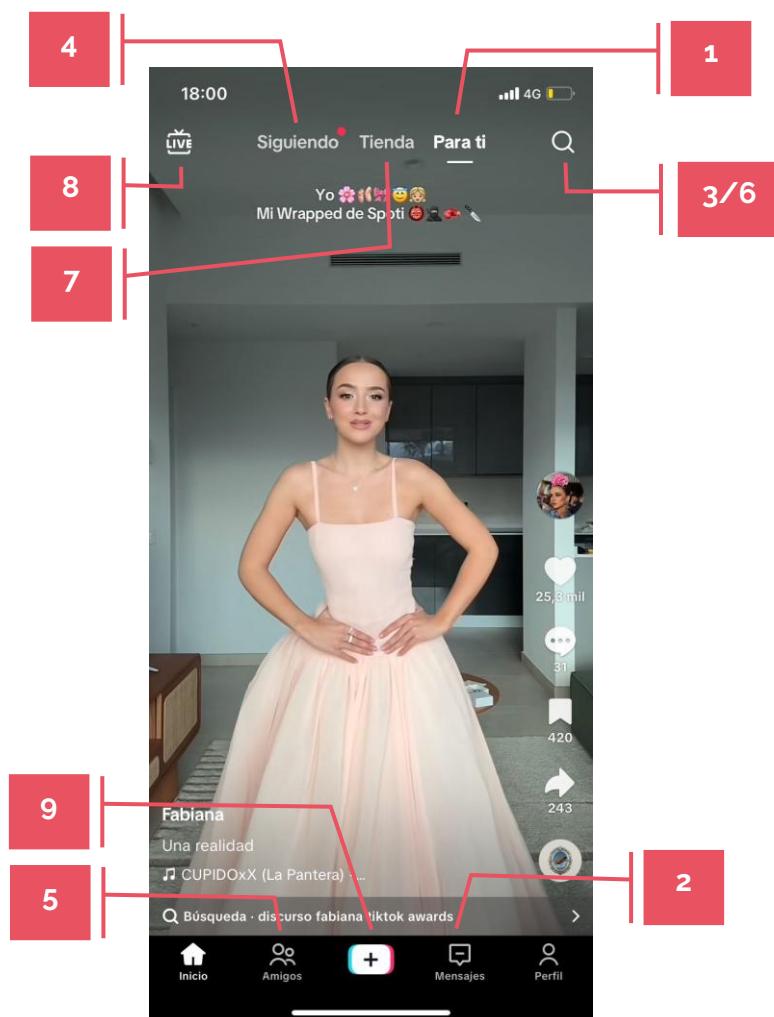
Siguiendo con las búsquedas propias, es destacable el uso relativamente alto del recurso de la "lupa". Este consumo se genera a partir de una búsqueda realizada por el propio usuario, y el 76,4% de los estudiantes utiliza este recurso (el 36,7% realiza al menos una búsqueda al día).

Es destacable que el 73% de los estudiantes universitarios nunca publica contenido en esta plataforma. Por último, resulta interesante mencionar que, aunque la aplicación incluye el recurso "Tienda", su uso es muy bajo: el 91,5 % no la ha utilizado nunca.

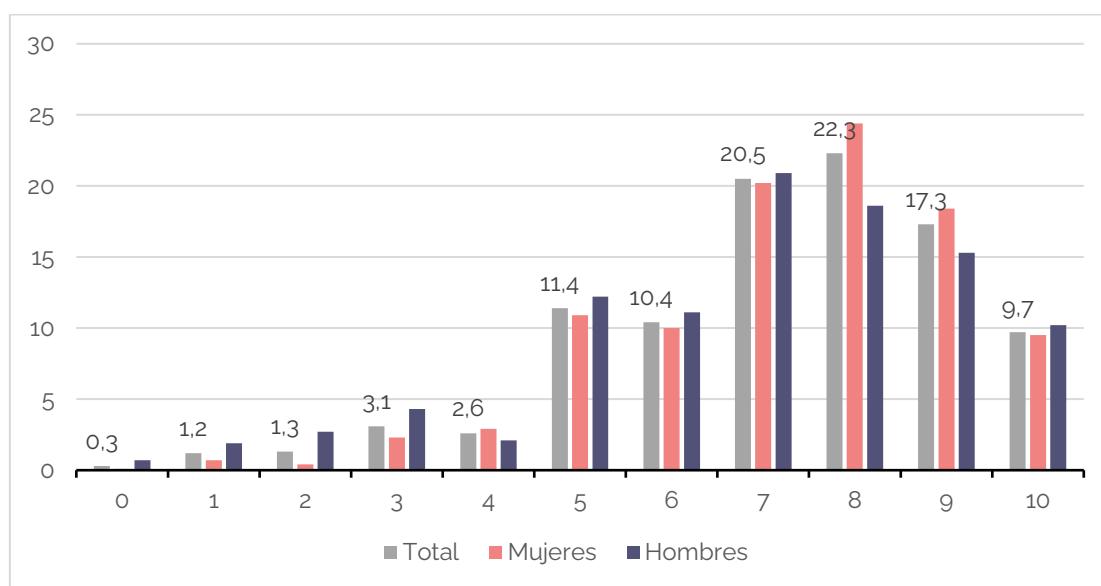
**Imagen 6: Frecuencia de uso de las funciones de TikTok. Porcentajes totales.**



Fuente: Ikusiker, noviembre de 2025



Se ha preguntado a TikTok quienes usan TikTok qué nota le pondrían a la red social. El 91,6% le da más de cinco puntos sobre diez. De hecho, la mitad de ellos le da ocho puntos o más. En este caso no hay una lectura destacable en función del género.

**Imagen 8: Nota otorgada a TikTok. Porcentajes totales y en función del género**

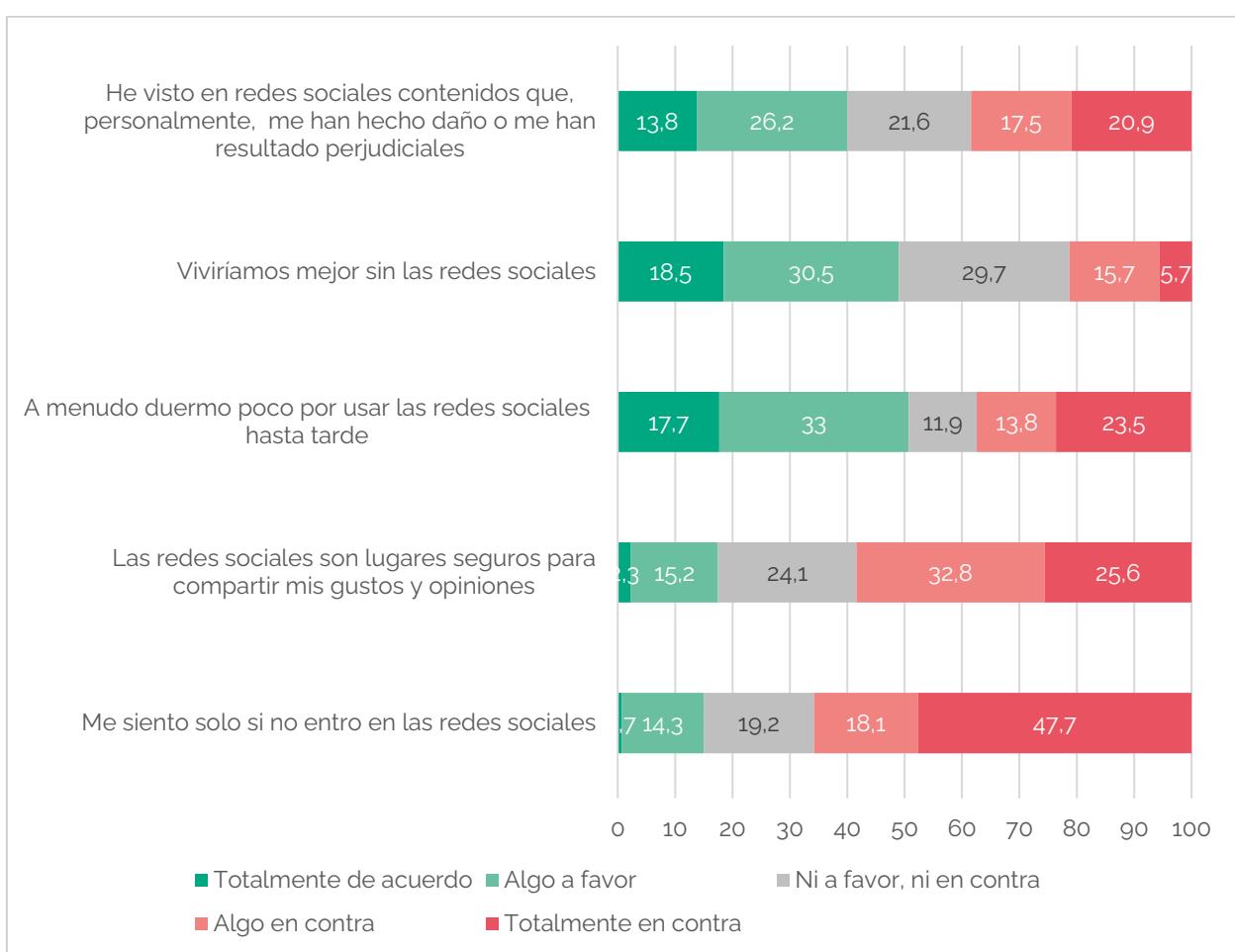
Fuente: Ikusiker, noviembre de 2025

## BIENESTAR

Este curso se ha preguntado acerca del impacto que tienen las TRIC en el bienestar del alumnado. Las personas encuestadas han mostrado el grado de acuerdo con las afirmaciones en una escala de cinco grados.

### Imagen 8. Grado de acuerdo con las cinco frases acerca del bienestar.

#### Porcentajes totales.



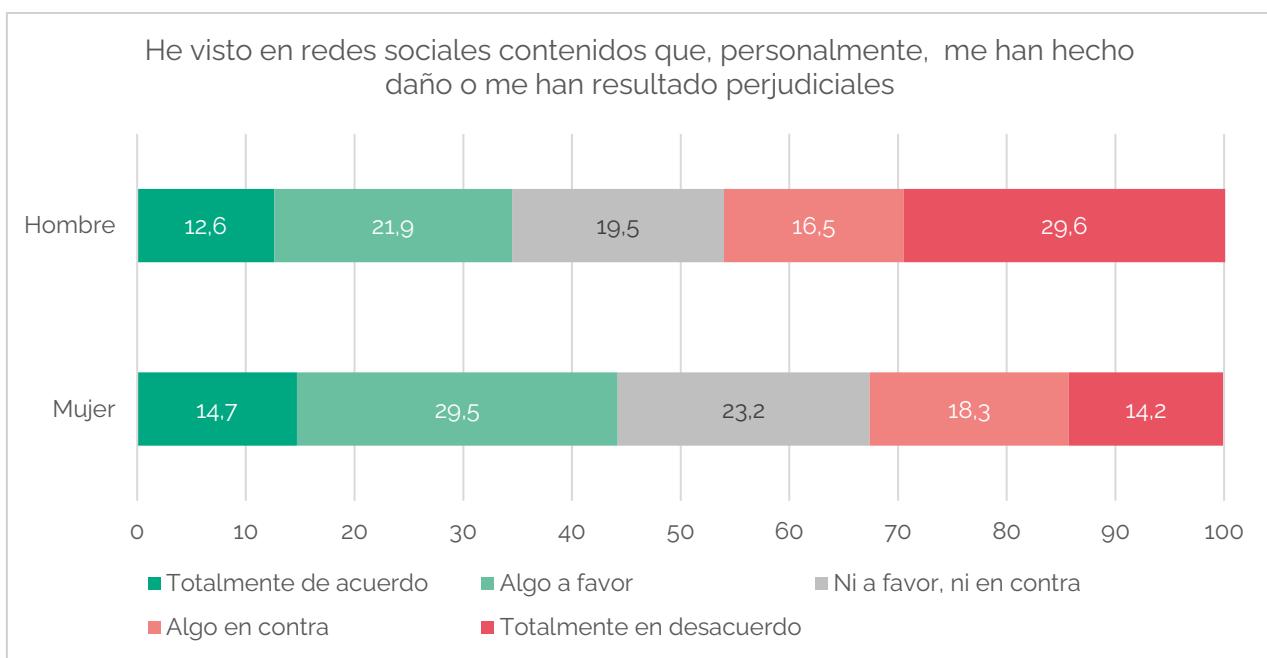
Fuente: Ikusiker, noviembre de 2025

Para empezar, el 49% de los panelistas está de acuerdo con la afirmación de que viviríamos mejor sin redes sociales. Casi un 30% no presenta una opinión y alrededor del 20% está en contra de la afirmación. Al reparar a la siguiente afirmación "A menudo duermo poco por usar las redes sociales hasta tarde", se observa que el 50,7% de los estudiantes está de acuerdo o totalmente de acuerdo con la frase, mientras que el otro 37,3% se posiciona en desacuerdo o totalmente en desacuerdo

con la afirmación. Aunque la dependencia de las redes sociales se ha asociado con la sensación de soledad, los estudiantes no perciben esta relación. De hecho, ante la frase "Me siento solo si no entro en las redes sociales", el 65,8% de los estudiantes se sitúa en desacuerdo o totalmente en desacuerdo.

"Niri pertsonalki min edo kalte egiten didaten edukiak ikusi izan ditut sare sozialetan" esaldia baloratzerakoan % 40k ados dagoela adierazi du, eta % 38,4k kontra. Datua generoaren arabera irakurri, emakumeen % 44,2 adierazi du adostasuna, mutilekin 10 puntuko aldea ezarriz. Esaldi horrekin identifikatuta sentitzen ez diren gizonen ehunekoa 46,1ekoa da, emakumeen % 32,5ekin konparatuz.

**Imagen 9: Grado de acuerdo con la frase "He visto en redes sociales contenidos que, personalmente, me han hecho daño o me han resultado perjudiciales". Porcentajes en función del género.**



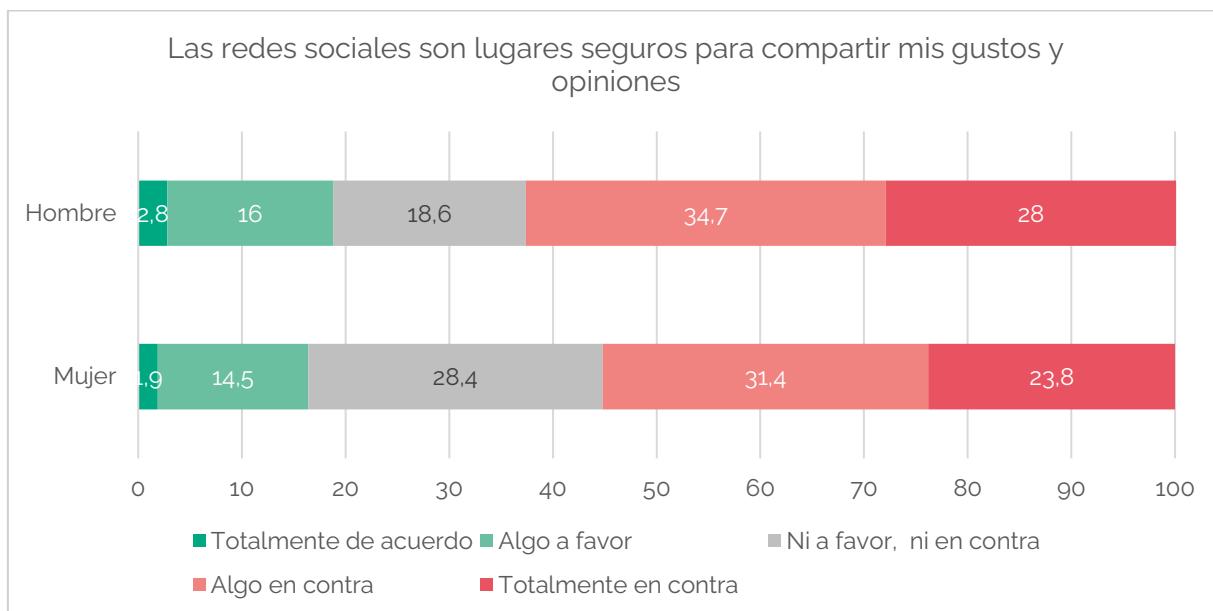
Fuente: Ikusiker, noviembre de 2025

A pesar de utilizar las redes sociales a diario, los estudiantes son conscientes de sus límites. El 58,4% considera que las redes sociales no son "lugares seguros para compartir gustos y opiniones".

Atendiendo a los resultados por género, se observa que las mujeres que se muestran en contra son 7,3 puntos más (62,7% y 55,2%, sucesivamente). Sin embargo, la

diferencia entre el porcentaje de mujeres y hombres que están de acuerdo no es muy grande.

**Imagen 10: Grado de acuerdo con la frase “Las redes sociales son lugares seguros para compartir mis gustos y opiniones”. Porcentajes en función del género.**



Fuente: Ikusiker, noviembre de 2025

# EN RESUMEN

## TIKTOK

- El 79,3% de los estudiantes tiene (al menos) un perfil en esta red social, y el porcentaje de mujeres es 15,8 puntos superior al de los hombres.
- Al ser consultados sobre sus hábitos de uso de TikTok, el 73,8% de los jóvenes dice haberlo consumido alguna vez, mientras que el 54,8% afirma utilizarlo más de una vez al día. En lo que respecta al tiempo de uso, el 56,8% de los estudiantes se sitúa en un rango de 30 minutos y 2 horas, y el 25,8 % de los estudiantes dedica más de dos horas al día en TikTok. El 81,7% de los estudiantes desearía reducir el tiempo que emplean en la red social.
- En relación con la frecuencia de uso de las funciones que ofrece TikTok, destaca la sección "Para ti". Esta función muestra una selección de videos basada en la experiencia previa del usuario, y el 76,7% de los estudiantes accede a ella más de una vez al día.
- Las funciones que muestran contenidos elegidos por el propio usuario ("mensajes", "cuentas seguidas", "amigos") también tienen presencia, aunque su relevancia es secundaria en comparación con la sección "Para ti". El porcentaje de estudiantes que no usan estas funciones es de entre el 20% y el 30%.
- El 91,6% de los estudiantes que usan TikTok le han asignado una nota superior a 5. En particular, el 44,8% puntúa con notas de 7 y 8.

## BIENESTAR

- El 49% de los estudiantes considera que viviríamos mejor sin redes sociales.
- El 50,7% reconoce haber dormido menos de lo necesario en alguna ocasión debido a la actividad en redes sociales hasta altas horas de la noche.
- El 65,8% de los universitarios no se siente solo si no está presente en redes sociales. De hecho, casi la mitad de los estudiantes (47,7%) se muestra totalmente desacuerdo con esta afirmación.

- El 44.2% de las mujeres indica haber visto contenidos en redes que les hicieron daño personalmente, estableciéndose una diferencia de 10 puntos en comparación con los hombres.

# IKUSIKER

El Observatorio IKUSIKER estudia los hábitos en el consumo audiovisual y los usos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) que tienen los y las jóvenes.

IKUSIKER inició su andadura en el curso 2018-2019 de la mano del grupo de investigación NOR (IT1438-22) y EITB. IKUSIKER se enmarca en las actividades del proyecto de investigación US24/29. En la actualidad son parte de IKUSIKER, además del Grupo de Investigación NOR, EITB, la Oficina Pública del Euskera, el Observatorio Vasco de la Cultura y Euskarabidea.



**Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación.**

**Universidad del País Vasco. EHU.**

**Sarriena auzoa z/g. 48940. Leioa (Bizkaia).**

**+34 747 414 355**

**[ikusiker@ehu.eus](mailto:ikusiker@ehu.eus)**