



Universidad de Valladolid

CAMPUS DE SEGOVIA

FACULTAD DE EDUCACIÓN DE SEGOVIA

MÁSTER EN INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN EDUCATIVA

TRABAJO FIN DE MÁSTER:

“Uso de TikTok en menores de edad:
crea tus vídeos y hazte #viral”

PRESENTADO POR: JULIA HERRERO FERNÁNDEZ

DIRIGIDO POR: RUTH PINEDO GONZÁLEZ



Resumen

En la actualidad Internet y las redes sociales, forman parte de nuestro día a día, especialmente en la vida de la población más joven. A raíz del Covid-19 el consumo de redes sociales, como TikTok, ha crecido de forma exponencial entre los más jóvenes. Por ello, la preocupación por su influencia constituye un tema central en la actualidad en el ámbito de la investigación educativa. Este Trabajo Fin de Máster plantea un estudio con una metodología mixta para profundizar en el contenido que comparten los menores de edad en esta red social. Por un lado, se ha llevado a cabo un análisis estadístico para analizar el número de *likes*, comentarios, visualizaciones y seguidores y, por otro lado, un análisis de contenido para examinar y comprender los patrones, temas y características presentes en el contenido generado por estos jóvenes usuarios en la plataforma de TikTok. Estos procesos de análisis se han realizado con el apoyo de los programas Atlas.TI y SPSS. Los resultados revelaron que los menores de edad utilizan TikTok para compartir una amplia gama de contenido, incluyendo bailes, retos o comedia. Además, se observó una alta frecuencia de publicaciones por parte de los participantes, lo que indica un alto grado de participación en la plataforma. Sin embargo, estos resultados nos llevan a la identificación de varios aspectos preocupantes, como la exposición a contenido inapropiado, la relación con desconocidos o la sobreexposición de su imagen. Esto evidencia una clara necesidad de trabajar la competencia digital y promover un entorno seguro y saludable en las redes sociales para los usuarios más jóvenes.

Palabras clave:

TikTok; Menores; Peligros; Redes sociales; Educación; Análisis de contenido; Educomunicación.

Abstract

Currently the internet and social networks are part of our day to day, especially in the life of the younger population. As a result of Covid-19, the consumption of social networks such as TikTok has grown exponentially among the youngest. Therefore, concern for their influence is a central issue today in the field of educational research. This Master's Thesis proposes a study with a mixed methodology to deepen the content shared by minors in this social network. On the one hand, a statistical analysis has been carried out to analyze the number of likes, comments, views and followers and, on the other hand, a content analysis to examine and understand the patterns, themes and characteristics present in the content generated by these young users on the TikTok platform. These analysis processes have been carried out with the support of the Atlas programmes. IT and SPSS. The results revealed that minors use TikTok to share a wide range of content, including dances, challenges, or comedy. In addition, a high frequency of publications by participants was observed, indicating a high degree of participation in the platform. However, these results lead us to identify several worrying aspects, such as exposure to inappropriate content, the relationship with strangers or the overexposure of their image. This shows a clear need to work on digital competence and promote a safe and healthy environment in social networks for younger users.

Keywords:

TikTok; younger; Dangers; Social media; Education; Content analysis; Educommunication;

Índice de contenidos

1. Introducción	6
2. Objetivos	7
3. Justificación del tema elegido	7
4. Marco teórico	9
4.1 Las redes sociales en la actualidad: su impacto	9
4.2 Uso de las redes sociales: el caso de los menores de edad.....	14
4.3 Riesgos del uso de redes sociales en los menores de edad.....	16
4.4 Beneficios del uso de redes sociales	20
4.5 TikTok: la red social preferida por los jóvenes	22
5. Metodología	28
5.1 Paradigma de investigación.....	28
5.2 Diseño del estudio	29
5.3 Muestreo y muestra	31
5.3.1 Muestreo y muestra de la fase cuantitativa	32
5.3.2 Muestreo y muestra de la fase cualitativa	33
5.4 Análisis de datos.....	34
5.4.1 Análisis de datos cuantitativos	34
5.4.2 Análisis de datos cualitativos	34
6. Resultados y discusión	35
6. 1 Resultados	35
6.1.1 Resultados del análisis cuantitativo.....	35
6.1.2 Resultados del análisis cualitativo.....	40
6.2 Discusión.....	46
7. Conclusiones y propuestas educativas	53
8. Limitaciones del estudio y futuras líneas de investigación	56

8.1 Limitaciones del estudio.....	56
8.2 Futuras líneas de investigación	56
9. Listado de referencias.....	57

Índice de tablas

Tabla 1: Clasificación de las redes sociales digitales.....	10
Tabla 2: Aspectos positivos y negativos derivados del uso de las redes sociales en adolescentes.....	12
Tabla 3: Definiciones de los principales riesgos en el uso de los medios.....	17
Tabla 4: Categorías de análisis.....	31
Tabla 5: Correlación de Pearson	37
Tabla 6: Características de los perfiles.....	38
Tabla 7: Características de los vídeos	39
Tabla 8: Proceso de categorización.....	41

Índice de figuras

Figura 1: Resumen de las principales redes sociales.....	13
Figura 2: Fin del uso de redes por los menores.....	15
Figura 3: Sentimientos que provoca el uso de redes en los menores.....	16
Figura 4: Conductas problema y supervisión parental.....	19
Figura 5: Beneficios de las RRSS.....	21
Figura 6: Distribución por edades de los usuarios de TikTok.....	23
Figura 7: Redes sociales más usadas en España.....	24
Figura 8: Pantalla de inicio.....	25
Figura 9: Pantalla de grabación y publicación.....	26
Figura 10: Pantalla de búsqueda.....	27
Figura 11: Esquema del diseño explicativo secuencial (DEXPLIS).....	29
Figura 12: Proceso de análisis de datos cualitativos.....	30
Figura 13: Distribución de los perfiles analizados en función del género y la edad.....	32
Figura 14: Vídeos de la selección.....	33
Figura 15: Edad de los perfiles por género.....	35
Figura 16: Supervisión de los perfiles en base al género.....	36
Figura 17: Hashtags empleados en los vídeos.....	40
Figura 18: Proceso de investigación en la Teoría Fundamentalada.....	41
Figura 19: Red de imagen física.....	44
Figura 20: Red de contenido.....	45
Figura 21: Red de audio e imagen.....	45
Figura 22: Red de interacciones.....	46
Figura 23: Resumen de las pautas para las familias.....	55

1. Introducción

En la última década, las redes sociales (en adelante RRSS) han transformado la forma en que las personas se comunican, interactúan y comparten contenido. En la era digital actual en la que vivimos, las RRSS se han convertido en una parte fundamental de la vida de las personas, tanto en adultos como en jóvenes. Actualmente la red social TikTok se ha convertido en la plataforma más popular por excelencia entre los menores de edad. Una red social con millones de usuarios activos a diario que permite a los menores crear, compartir y consumir contenido de manera rápida, sencilla y accesible.

Sin embargo, este fenómeno nos pone en alerta sobre el tipo de contenido que los menores comparten y consumen y los posibles riesgos y efectos que esto puede tener en su bienestar, seguridad y desarrollo. Lo que nos lleva a considerar fundamental comprender sus comportamientos, cómo interactúan con los demás usuarios, qué mensaje transmiten y quieren transmitir con sus vídeos, cómo se representan a sí mismos, etc.

Con este Trabajo Final de Máster (TFM) se pretende analizar críticamente el contenido que los menores suben a TikTok. Para llevar a cabo dicho análisis se emplearán una metodología cuantitativa y cualitativa interpretativa utilizando herramientas de análisis de contenido y técnicas de codificación, que permitirá identificar patrones, tendencias y elementos significativos presentes en los vídeos a través de la selección de una muestra representativa de vídeos compartidos por menores en la plataforma, considerando variables como la edad, el género, los seguidores, el número de vídeos, los temas recurrentes, *hashtags*, etc.

Como todas las RRSS TikTok tiene sus aspectos positivos y negativos, a través de esta investigación se pretende obtener información que nos permita comprender el tipo de contenido que los menores comparten y, por lo tanto, que consumen en esta red social, como se expresan, interactúan y construyen su identidad en la plataforma para así poder identificar posibles riesgos como la exposición a contenido inapropiado o la idealización con el fin de desarrollar estrategias destinadas a promover un ambiente seguro, responsable, saludable y educativo para los menores que consumen TikTok. Para ello, además de analizar el contenido es fundamental que exista una formación en la competencia digital para los docentes y familias, que trasmita a los menores un buen uso de esta plataforma de manera responsable y segura.

Este trabajo comienza con el planteamiento del problema y los objetivos de la investigación para situar al lector. Continuando con una revisión de la literatura existente sobre TikTok y RRSS. Posteriormente, continúa con la metodología, en la que se detalla el diseño, la muestra y las técnicas de análisis seguido de los resultados y la discusión, en los que se

presentan y analizan los hallazgos obtenidos a partir del análisis de los contenidos subidos por los menores a TikTok. A continuación, se tratan las conclusiones y propuestas educativas, así como las futuras líneas de investigación y limitaciones del estudio y por último, se adjunta el listado de referencias empleadas en el trabajo.

2. Objetivos

Esta investigación cuenta con una serie de objetivos clasificados en objetivos cuantitativos y en objetivos cualitativos a los que se hará referencia a continuación:

2.1 Objetivos cuantitativos

- Describir las características principales de los perfiles de menores de edad que usan la red social TikTok.
- Comparar las características de los perfiles de menores de edad que usan la red social TikTok en base al género.
- Describir las características del contenido audiovisual que comparten los menores de edad que usan la red social TikTok.

2.2 Objetivos cualitativos

- Identificar qué elementos o aspectos caracterizan la imagen física de los menores que comparten vídeos a TikTok.
- Explorar el contenido generado por los usuarios menores de edad en la plataforma de TikTok.
- Examinar y reconocer las tendencias musicales, los entornos y los movimientos utilizados por los usuarios menores de edad en sus vídeos de TikTok.
- Conocer las interacciones que tienen los menores de edad en TikTok.

3. Justificación del tema elegido

En la actualidad, el empleo de RRSS es cada vez mayor, especialmente entre los jóvenes; cada vez son más los menores que las utilizan y cada vez comienzan a utilizarlas antes. TikTok se ha convertido en una plataforma muy popular entre los menores, lo que hace necesario comprender y analizar el tipo de contenido que están compartiendo y consumiendo

puesto que tiene un alto impacto en la sociedad y en el desarrollo cognitivo, emocional y social de los jóvenes. Esto permitirá identificar posibles riesgos, como la exposición a contenidos inapropiados, el ciberacoso, la pérdida de privacidad y seguridad de sus datos, la desinformación y manipulación de la información o la adicción, y buscar estrategias para proteger a los menores. Conocer el tipo de contenido, los valores promovidos y las tendencias populares puede proporcionar información muy valiosa sobre cómo la plataforma influye en la cultura y las percepciones de la juventud. Esto puede ayudar a generar conciencia y promover cambios positivos en la sociedad.

Por su parte, la relevancia de este estudio para la investigación educativa se centra en el diagnóstico de posibles necesidades que posee la sociedad en el campo de la alfabetización mediática y la educomunicación. El tema que aquí se trata es fundamental para fomentar la alfabetización digital desde las escuelas y las familias. Debemos enseñar a los jóvenes a hacer un uso responsable de las Tecnologías de la Relación, la Información y la Comunicación (TRIC) de una manera crítica y responsable. Debemos concienciarlos de los peligros a los que se exponen cuando comparten contenido en RRSS y cómo deben hacer un buen uso de estas, de una manera responsable y segura.

Es importante que ellos mismos reflexionen sobre el contenido que comparten en RRSS, que imagen transmiten, las repercusiones de sus publicaciones y la autopercepción. Esto contribuye a su desarrollo personal y les proporciona herramientas para un uso saludable de las RRSS.

En último lugar, vinculando este estudio con el Máster en Investigación e Innovación Educativa de la Universidad de Valladolid (Facultad de Educación de Segovia), se pretende demostrar la adquisición de las competencias necesarias para desarrollar con rigor científico las dos grandes metodologías de investigación, cualitativa y cuantitativa. Además, a través de la elaboración de dicho trabajo se contribuye a la adquisición de todas las competencias básicas (CB), generales (G) y específicas (E) expuestas en el Plan de Estudio de este máster. Concretamente se contribuye de una manera más concreta al desarrollo de las siguientes competencias:

- CB7: Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

- G3 - *Que los estudiantes movilicen habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo*
- E4 - *Conocer y seleccionar técnicas o instrumentos adecuados para la recogida de información en la investigación científica, aplicar dichas técnicas correctamente y evaluar y analizar las garantías de científicidad que cumplen.*
- E5. – *Conocer, seleccionar y aplicar las principales herramientas teóricas para el análisis cuantitativo y procesamiento de datos estadísticos en Educación.*
- E6.- *Conocer, seleccionar y aplicar las principales herramientas teóricas para el análisis cualitativo y procesamiento de datos etnográficos, históricos y de contenido en Educación.*

En conclusión, es fundamental reconocer que la educación no debe limitarse a las prácticas cotidianas en las aulas, sino que debe concebirse como una ciencia que abarque un alcance mucho más amplio. En este sentido, este Trabajo Fin de Máster tiene como objetivo plantear una reflexión sobre el problema y el grave impacto que tiene el contenido que comparten y consumen los menores a TikTok en el desarrollo cognitivo, emocional y social de nuestros jóvenes. Es crucial entender la importancia de tomar medidas y promover modelos de formación crítica y ética en los medios digitales para toda la sociedad. Este trabajo busca destacar la necesidad de abordar de manera urgente este tema.

4. Marco teórico

4.1 Las redes sociales en la actualidad: su impacto

En la actualidad, las RRSS son una de las principales ocupaciones del ocio y tiempo libre de las/os adolescentes. En términos generales, se ha observado que las RRSS han ejercido una fuerte influencia en la población joven, lo que ha generado cambios significativos en el ámbito de las relaciones y la socialización (García & Hereida, 2017). Según estos autores, dentro de estas plataformas, los adolescentes han encontrado un espacio donde pueden expresar sus emociones y pensamientos. Por otro lado, Candale (2017) señala que las RRSS también funcionan como una vía de escape de la realidad para los jóvenes, brindándoles la oportunidad de construir una identidad propia con la que se sienten cómodos.

Autores como Fernández (2021), establecen que en los últimos tiempos ha habido un aumento significativo en el uso de tecnologías como las RRSS, tanto como medio de socialización como herramienta educativa. La situación de la pandemia de COVID-19 ha generado limitaciones en la movilidad, el ocio y las relaciones sociales, lo que ha llevado a las personas a recurrir cada vez más a las RRSS para compensar estas carencias. Esto conlleva aspectos positivos, pero también sus consecuencias negativas, ya que puede afectar a la socialización personal, no virtual.

Celaya (2008), define las RRSS como un espacio virtual ubicado en internet donde las personas desarrollan una interacción entre ellas mediante la publicación de contenidos de índole tanto personal como profesional, además de que los usuarios que los realizan de forma recíproca pueden ser conocidos o desconocidos.

En el artículo de Martínez-Guerrero (2018) se presenta una variedad de clasificaciones de las RRSS propuestas por diferentes autores. Entre todas estas clasificaciones, la más completa es la realizada por Burgueño (2009), quien categoriza las RRSS digitales en base a cuatro criterios distintos: el público objetivo y temática, el sujeto principal, la localización geográfica y la plataforma utilizada. La Tabla 1 recoge esta clasificación detalladamente, brindando una visión integral de las diferentes categorías en las que se pueden agrupar las RRSS según estos criterios.

Tabla 1

Clasificación de las redes sociales digitales

Criterio de clasificación	Categorías	Subcategorías	Ejemplos
Público objetivo y temática	<u>Horizontales</u> : permiten la participación libre de todo tipo de usuarios. No tiene una temática definida.		Facebook, Instagram, TikTok, Orkut o Twitter.
	<u>Verticales</u> : dirigidas a un grupo determinado de usuarios debido a la temática que definen	<u>Profesionales</u> : relaciones profesionales entre los usuarios. <u>De ocio</u> : dirigidas a usuarios interesados	Linked In, Viadeo o Xing. Minube, Last.FM o Wipley.

		<p>en una misma actividad de ocio: deportes, videojuegos, etc.</p> <p><u>Mixtas</u>: espacio para desarrollar actividades de índole profesional y personal.</p>	Yuglo o Youtube.
Sujeto principal	<p><u>Humanas</u>: fomentan la unión entre personas con los mismos gustos, aficiones, intereses, etc.</p> <p><u>De contenidos</u>: fomentan la unión entre los usuarios a través de los contenidos que estos publican en la red.</p> <p><u>De objetos</u>: categoría novedosa al unir marcas, lugares, etc. Las RRSS de difuntos entran dentro de esta categoría.</p>		<p>Tuenti o Dopplr.</p> <p>Scribd, Bebo, Flickr, FileRide o Dipity</p> <p>Respectance</p>
Localización geográfica	<p><u>Sedentarias</u>: la red varía en función de los contenidos, eventos y relaciones creadas.</p> <p><u>Nómadas</u>: varían en función de la localización del usuario y de los lugares visitados por este.</p>		<p>Blogger o Bitacorras.com</p> <p>Skout, Latitude o Fire Eagle</p>
Plataforma utilizada	<p><u>MMORPG y Metaversos</u>: diseñados sobre una base Cliente-Servidor.</p> <p><u>Red Social Web</u>: creadas bajo el diseño de la estructura típica de una Web.</p>		<p>SeconLife o Lineage</p> <p>MySpace, Friendfedd o HiS</p>

Fuente. Elaboración propia a partir de Burgueño (2009).

En su investigación, Del Prete y Redon (2020) llevaron a cabo entrevistas etnográficas semiestructuradas con un grupo de adolescentes de 12 a 18 años con el objetivo de explorar la construcción de identidades en las RRSS y la forma en que se relacionan a través de ellas. Los resultados revelaron que la necesidad de pertenecer a un grupo fue el principal motivo que impulsó a los jóvenes a crear perfiles en las RRSS, ya que la mayoría de sus pares ya eran usuarios de estas plataformas. Al unirse a las RRSS, los adolescentes se sumergen en un entorno

digital donde se sienten libres de la supervisión de los adultos, lo cual les brinda una sensación de pertenencia y les permite seguir la tendencia de estar conectados con sus compañeros.

Por otro lado, el anonimato y la capacidad de tomar decisiones con tiempo que ofrecen las RRSS, en contraste con los encuentros sociales en persona que son más inmediatos, transmiten un sentimiento de libertad y desinhibición a muchos de los entrevistados. Esto los anima a mostrar aspectos de sí mismos que quizás no revelarían en un encuentro cara a cara. Sin embargo, estas mismas características de las RRSS también generan desconfianza en otros adolescentes hacia los demás usuarios.

Según Arab y Díaz (2015), el uso y abuso de las RRSS pueden tener tanto impactos positivos como negativos en el desarrollo cognitivo, afectivo, social e identitario de los adolescentes y jóvenes. Por lo que es crucial que los adultos que conviven con ellos posean un conocimiento actualizado sobre Internet y las RRSS, con el fin de orientarlos y educarlos en el uso adecuado del mundo digital. En la Tabla 2, se presentan los aspectos positivos y negativos de las RRSS según estos investigadores, de los cuales se hablará a lo largo del documento.

Tabla 2

Aspectos positivos y negativos derivados del uso de las redes sociales en adolescentes

Uso de las redes sociales en adolescentes	
	<p>El desarrollo de un mayor número de regiones del cerebro permite:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la memoria de trabajo • Atender, de forma simultánea varios estímulos • Tomar decisiones de forma rápida
Aspectos positivos	<p>La concentración que requieren algunas redes sociales o videojuegos permite olvidar el dolor, por lo que ha sido utilizado con pacientes oncológicos y en la rehabilitación de pacientes con parálisis cerebral o trastornos de aprendizaje.</p> <p>La creación de contenidos (blogs, páginas web, vídeos, carteles, etc.) permite:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyar el aprendizaje académico • Creación de materiales • Educación sexual y de la salud

El abuso de las redes sociales puede generar enfermedades como:

- Depresión
- TDAH
- Insomnio o disminución de las horas de sueño
- Disminución del rendimiento académico, incluso el abandono escolar.

El consumo de contenidos con violencia o pornográfico y el anonimato generan:

Aspectos
negativos

- Comportamientos agresivos
- Falseamiento de la identidad y engaño
- Exhibicionismo

Otros peligros a los que se exponen los usuarios de las redes sociales son los siguientes:

- Grooming
 - Sexting
 - Ciberadicción o conducta adictiva a Internet
 - Cyberbullying
-

Fuente. Elaboración propia a partir de Arab y Díaz (2015)

Por último, en la Figura 1 se resumen las principales RRSS del momento a través de una imagen con sus logos. De entre todas ellas a lo largo del trabajo se interiorizará en la red social TikTok.

Figura 1

Resumen de las principales redes sociales



Fuente. Elaboración propia.

4.2 Uso de las redes sociales: el caso de los menores de edad

Es indudable que las tecnologías forman parte de la vida de los jóvenes, el uso de internet y las RRSS es cada vez más habitual entre los menores, un estudio realizado por Candale (2017) señala que las edades comprendidas entre 16 y 24 años son las que mayor prevalencia tienen, con un 98,5%, seguidos por un porcentaje muy pequeño por las personas con edades entre 25 y 34 años. Aunque este dato nos hable a partir de los 16 años cabe destacar que existe un altísimo número de jóvenes que acceden a ellas desde edades mucho más tempranas, no cumpliendo el mínimo establecido por ley.

De acuerdo con el informe más reciente del INE (2021) titulado *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares*, se observa que los jóvenes de 10 a 15 años muestran un alto porcentaje de uso de ordenadores, alcanzando el 95,1%. Este porcentaje se incrementa aún más cuando se trata del uso de Internet, llegando al 97,5%. Estos datos indican que, desde una edad temprana, el acceso y el uso regular de las tecnologías de la relación, la información y la comunicación (TRIC) se ha vuelto habitual.

Según un estudio realizado por UNICEF (2021) prácticamente la totalidad de los adolescentes que cursan ESO (94.8%) dispone de teléfono móvil con conexión a Internet, accediendo a esta tecnología desde los 10.96 años como edad media. Por su parte, un 31.6% invierte más de 5 horas diarias en el uso de Internet y las RRSS, porcentaje que asciende hasta un 49.6% cuando se trata del fin de semana. Siguiendo con este mismo estudio, el 98.5% está registrado al menos en una red social y un 83.5% en tres o más. Por su parte, un 61.5% posee más de una cuenta o perfil dentro de una misma red social (un perfil más público para padres y público en general, y otro más personal para relacionarse con los pares).

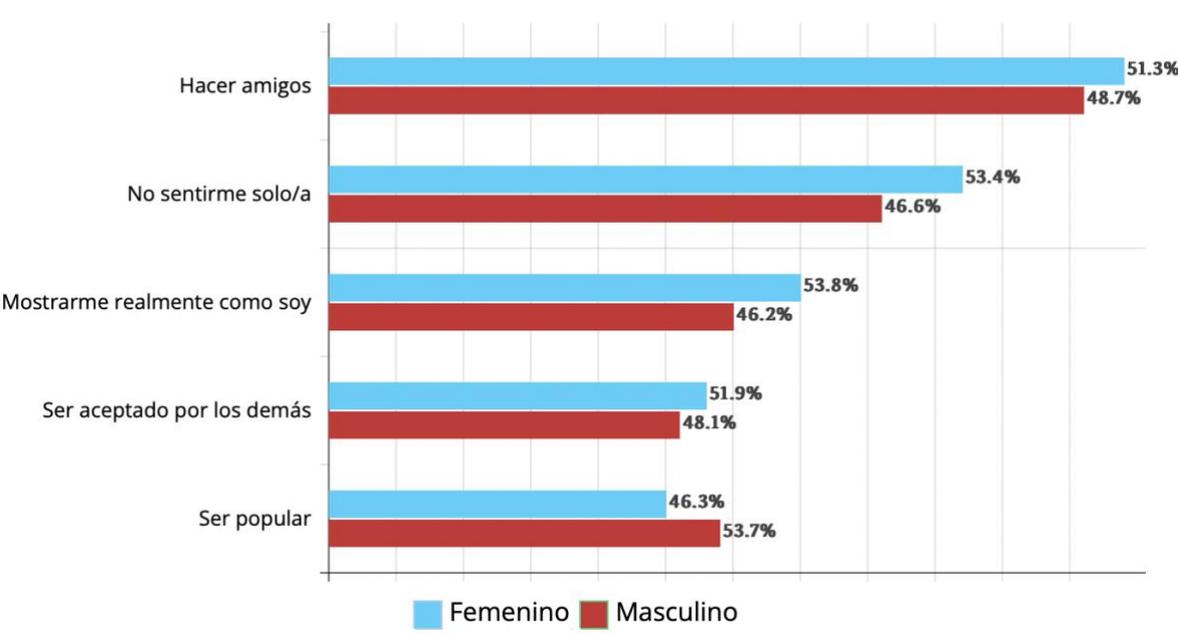
Las dos RRSS de mayor aceptación son Instagram (con un 79,9% de usuarios) y TikTok (con un 75,3%), aunque en este apartado cabría incluir también a YouTube (90,8%) y Twitch (46,4%) (UNICEF, 2021).

Como se ha mencionado anteriormente, el uso de RRSS tiene un impacto significativo en los adolescentes, tanto a nivel social, como emocional. Estas plataformas son ampliamente utilizadas con fines relacionales y de entretenimiento. Según estudios comparativos, se observa que las chicas tienden a priorizar los usos sociales, mientras que los chicos se inclinan más hacia los videojuegos y la visualización de eventos deportivos en línea. Es decir, las mujeres tienden a estar más involucradas en plataformas de redes sociales centradas en compartir fotos, vídeos y recibir comentarios de otros usuarios, mientras que los hombres tienden a utilizar estas plataformas de manera más individual (Martín, 2016). En general, se observa un aumento en

todos los tipos de usos durante la etapa de educación secundaria obligatoria (ESO), especialmente en lo que respecta a las interacciones sociales.

Figura 2

Fin del uso de redes por los menores

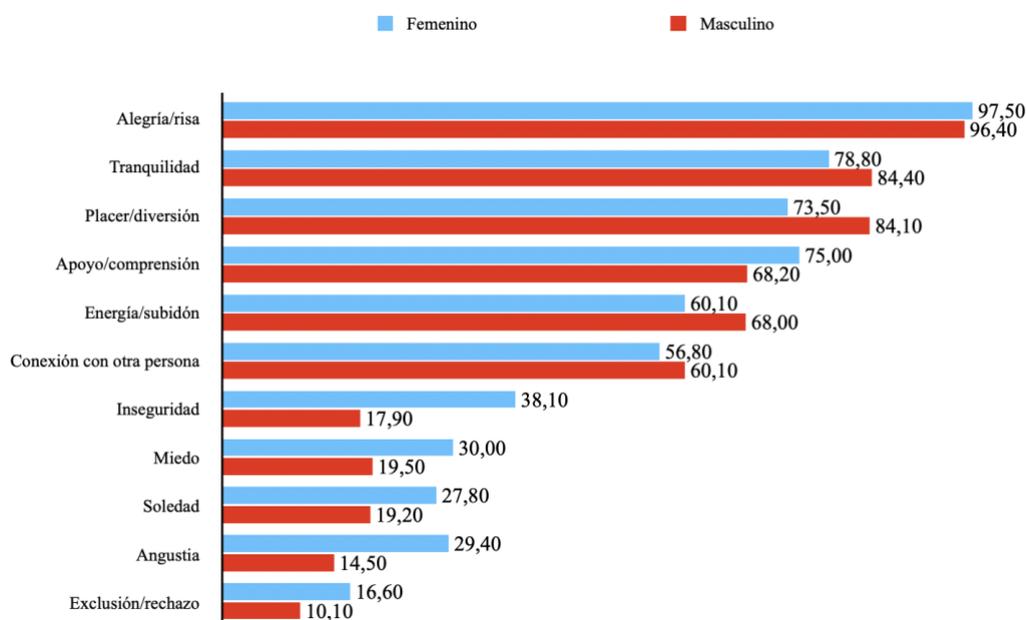


Fuente. Elaboración propia a partir de UNICEF (2021)

Como se puede ver en la figura 3, el uso de Internet genera principalmente emociones positivas en los adolescentes. Un alto porcentaje dice sentir alegría, mientras que el porcentaje más pequeño dice sentir emociones negativas como la exclusión o la angustia. A medida que los adolescentes crecen, el componente emocional de las TRIC adquiere mayor relevancia. En comparación, se observa que las adolescentes son más susceptibles a experimentar emociones negativas.

Figura 3

Sentimientos que provoca el uso de redes en los menores



Fuente. Elaboración propia a partir de UNICEF (2021)

4.3 Riesgos del uso de redes sociales en los menores de edad

Especialmente entre los más jóvenes, el uso de RRSS cada vez comienzan a emplearse antes de forma habitual, disponen de sus propios dispositivos por lo que la libertad y autonomía es cada vez mayor López y Sánchez (2019). Esta situación facilita que los menores puedan estar expuestos a contenidos inapropiados para su edad lo que conlleva determinados riesgos. Además, en numerosas ocasiones no reciben una educación mediática y una formación que les ayude a introducirse en el mundo de las RRSS de forma segura, crítica y ética, donde no todo es lo que parece.

Existen numerosos riesgos en el uso de RRSS, especialmente en los menores debido a la falta de alfabetización digital y a que se encuentran aun en un proceso de desarrollo. Entre los múltiples riesgos existentes Corbella & Oliva (2013) establecen dos principales: la identidad digital y la intimidad. En redes se habla de identidad digital cuando se distorsiona la realidad que se muestra, en RRSS es muy fácil manipular y editar contenido para crear una imagen falsa.

Por otra parte, como señalan Corbella & Oliva (2013) la falta de privacidad conlleva que el sujeto pierde un control sobre su red social cuando no se es consciente de los datos que se comparten, lo que lleva a riesgos como el cyberbullying, sexting o phishing. Además, la falta de alfabetización digital conlleva a la desinformación general de la sociedad y en particular de los menores.

Según establece un estudio realizado por UNICEF (2021) se han registrado cifras preocupantes de sexting, contacto con desconocidos y posibles casos de grooming; así como el acceso a contenidos pornográficos por parte de los jóvenes.

Tabla 3

Definiciones de los principales riesgos en el uso de los medios

Concepto	Definición
Ciberbullying	Se refiere al acoso o la intimidación repetida y deliberada que ocurre en línea, a través de dispositivos electrónicos. Implica el uso de plataformas digitales, como redes sociales, mensajes de texto, correos electrónicos o juegos en línea, para hostigar, difamar, humillar o amenazar a una persona.
Sexting	Se refiere al acto de enviar, recibir o compartir mensajes, imágenes o vídeos sexualmente explícitos a través de dispositivos electrónicos, como ordenadores o teléfonos móviles. Este puede ser: - <u>Sexting activo</u> , cuando la persona realiza fotos o vídeos con poses sugerentes o sexuales y los envía a otra persona.

	- <u>Sexting pasivo</u> , cuando las personas reciben las fotos realizadas por otras personas.
Grooming	Se define como el ciberacoso ejercido de forma deliberada por un adulto para establecer una relación y un control emocional sobre un menor con el fin de preparar el terreno para su abuso sexual.
Ciberadicción	Se refiere a la dependencia o adicción a las tecnologías y al uso excesivo de internet.

Fuente. Elaboración propia a partir de Palmer (2017).

De acuerdo con las estadísticas, se observa que el 26.8% de los adolescentes ha experimentado el sexting pasivo en algún momento, mientras que el 8% ha participado en el sexting activo. Además, el 11.4% ha sentido presiones para participar en estas prácticas. Aunque el sexting es practicado por personas de ambos géneros, se destaca que las chicas suelen ser más presionadas en este aspecto. Por su parte, se observa un aumento significativo en las tasas de sexting a partir del tercer y cuarto año de la Educación Secundaria Obligatoria (ESO), duplicándose en comparación con etapas anteriores.

Por otra parte, se evidencia una preocupante incidencia de grooming, donde el 57.2% de los adolescentes ha aceptado a personas desconocidas en RRSS en alguna ocasión, y el 21.5% ha llegado incluso a encontrarse físicamente con ellas (UNICEF, 2021). Estas cifras reflejan la importancia de abordar y concienciar sobre los riesgos asociados a la interacción con desconocidos en entornos virtuales.

El contacto con desconocidos a través de RRSS es habitual. Las chicas suelen ser, en mayor medida, objeto de proposiciones sexuales por parte de adultos, mientras que el consumo de pornografía online se duplica en el género masculino UNICEF (2021). Esto ocurre especialmente en el tránsito a la segunda etapa de ESO

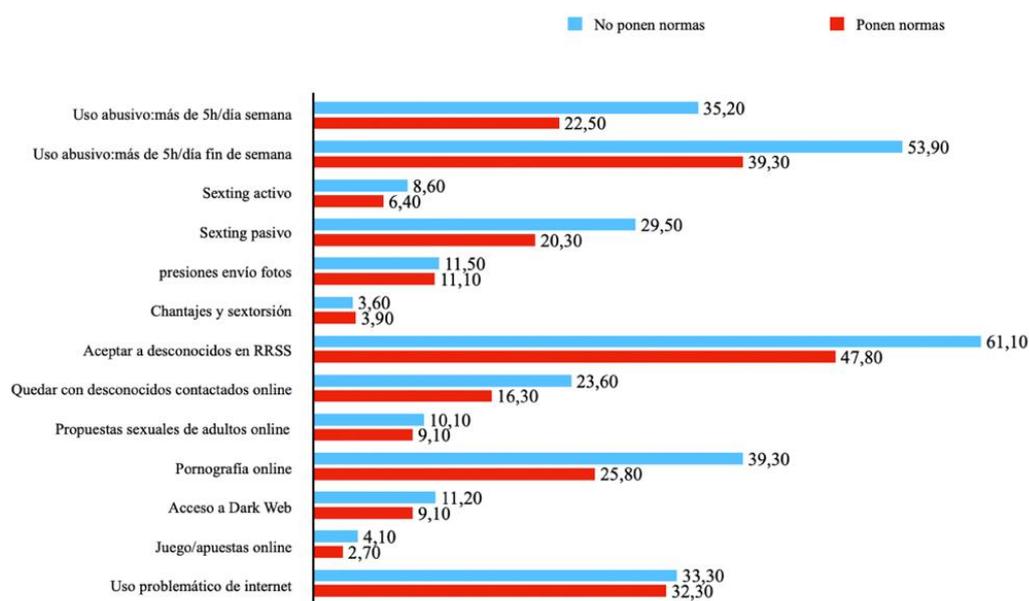
En contraposición con los datos anteriores, llama la atención el escaso nivel de supervisión que ejercen las madres y padres. Solo el 29.1% de los adolescentes indica que sus progenitores establecen normas sobre el uso de las tecnologías de la información y la

comunicación, mientras que el 24% menciona que sus padres limitan las horas de uso y únicamente el 13.2% informa que sus padres controlan los contenidos a los que acceden. Reduciéndose todavía más, a la mitad, en la segunda etapa de ESO.

Por otra parte, existen diferencias significativas al comparar aquellos que rara vez o nunca se conectan a Internet después de la medianoche con aquellos que lo hacen de manera habitual. Entre este último grupo, las conductas de riesgo en línea se triplican, lo que resalta la importancia de establecer una buena higiene digital en el hogar (UNICEF, 2021). Estos hallazgos subrayan la necesidad de promover pautas y normas claras respecto al uso responsable de Internet, especialmente durante las horas nocturnas, con el fin de minimizar los riesgos asociados y fomentar un entorno en línea seguro para los adolescentes.

Figura 4

Conductas problema y supervisión parental



Fuente. Elaboración propia a partir de UNICEF (2021)

Como establece UNICEF (2021), aunque el uso problemático de Internet (UPI) aun no es considerado como una adicción por parte de la OMS, este se está convirtiendo en un problema de salud pública.

Tras aplicar el test de screening EUPI-a (Rial et al., 2015), diseñado para detectar el uso problemático de Internet en adolescentes, se ha observado que un considerable número de jóvenes está experimentando síntomas depresivos relacionados con el uso de Internet y las

RRSS. Este fenómeno es más pronunciado entre las chicas y se incrementa significativamente a partir de los 14 años (UNICEF, 2021).

Otro factor importante es el uso de videojuegos, este es una de las principales fuentes de ocio, y un uso abusivo y sin supervisión puede generar importantes problemas de salud y sociales, así como una adicción. Las cifras que muestran numerosos estudios sobre el tema son bastante elevadas, especialmente en los chicos. La mayoría de los videojuegos a los que juegan los adolescentes tienen contenidos violentos y no son recomendados para su edad, además muchos de ellos implican el uso de dinero.

Otro problema de vital importancia en los relativo al empleo de RRSS es el acoso escolar y ciberacoso. UNICEF (2021) estima que aproximadamente el 33.6% de los adolescentes han sido víctimas de acoso escolar, mientras que el 22.5% han experimentado ciberacoso. Estas cifras son más altas entre las chicas, especialmente durante la primera etapa de la ESO. Es preocupante que la gran mayoría de los afectados rara vez denuncian o hacen visible el acoso que sufren.

Además, se destaca que más de la mitad de aquellos que son víctimas de acoso en línea (52.4%) también se convierten en acosadores. Asimismo, el 72.9% de los adolescentes que sufren acoso en línea también lo experimentan fuera del entorno digital. Estos hallazgos evidencian que el acoso escolar y el ciberacoso no deben considerarse como fenómenos independientes, sino que están estrechamente relacionados.

Como es de esperar la mayoría de los/as jóvenes que presentan un uso problemático de internet, videojuegos, RRSS, ciberacoso, etc. también presentan menores niveles de bienestar emocional y una menor integración social, familiar y escolar. Así como posibles problemas de salud como la depresión (UNICEF, 2021).

4.4 Beneficios del uso de redes sociales

Aunque las RRSS presentan números riesgos también tienen múltiples beneficios. Siguiendo las palabras de Corbella & Oliva (2013), las RRSS tienen como punto fuerte y beneficioso, el nuevo marco de comunicación y relación que han instaurado. A través de las redes se permite conectar con diferentes personas de lugares diversos, creando nuevos vínculos sociales enriquecedores a nivel personal.

Son una herramienta poderosa que permite interactuar con otras personas, creando canales de expresión, espacios de debate y sistemas para intercambiar información, música,

vídeos y más. Estas plataformas brindan la oportunidad de que cualquier individuo se convierta en un emisor y produzca su propio contenido (González, 2014).

Además, otro beneficio que presentan es el acceso fácil y rápido al conocimiento que proporcionan. Las RRSS son una fuente de información y una gran oportunidad de aprendizaje, en ellas se comparten multitud de recursos educativos, tutoriales, cursos en línea y discusiones temáticas. Por lo tanto, con una buena educación y empleándolas de manera crítica y responsable pueden ser una fuente muy potente.

Por otra parte, el uso de las redes sociales en la educación ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años. Estas plataformas ofrecen numerosos beneficios que pueden aprovecharse en el aprendizaje a distancia, facilitando una comunicación más fluida entre profesores y alumnos. Las redes sociales fomentan la participación activa del estudiante y brindan la posibilidad de compartir información de manera instantánea dentro de la comunidad educativa (Garrigós, et al., 2010). Luego en la propia educación también tienen múltiples beneficios ya que también son un recurso muy motivador y dinámico.

Otro aspecto positivo que tienen las redes sociales es el activismo y conciencia social, las RRSS son utilizadas por muchas personas y organizaciones para crear conciencia sobre problemas sociales, promover causas y movimientos, y generar cambios positivos. A través de ellas se puede llegar a más personas aumentando el número de contactos, creando un grupo más amplio del que se podría tener en una red social presencial (Díaz, 2015).

Figura 5

Beneficios de las RRSS



Fuente. Elaboración propia

4.5 TikTok: la red social preferida por los jóvenes

TikTok es una red social creada por la firma china de tecnología ByteDance, que permite grabar, editar y compartir vídeos cortos (desde un segundo hasta diez minutos) en loop y con la posibilidad de añadir fondos musicales, efectos de sonido y filtros o efectos visuales (Santos, 2022). Además de ser accesible, rápida y muy fácil de utilizar permite compartir vídeos desde nuestro dispositivo.

Su origen se remonta a 2018, Beijing-ByteDance, una empresa china que hoy en día tiene un valor de mercado de 75.000 millones de dólares, decidió fusionar la antigua plataforma de vídeos Musical.ly con la aplicación china Douyin, creando la red social que hoy conocemos como TikTok y que desde entonces no ha hecho más que crecer. Actualmente cuenta con más de 800 millones de usuarios mensuales activos, y lidera el ranking de aplicaciones descargadas, situándose en la tercera posición detrás de WhatsApp y Messenger (Cuesta, 2020).

Según Santos (2022), TikTok es una gran oportunidad para conectar con tu audiencia. Cuenta con unas tasas de *engagement* en las cuentas de entre 1.000 y 5.000 seguidores del 9.38%, superando así a Instagram (7.2%) y Twitter (1.4%). Es una herramienta muy interesante para atraer al público joven y dar un toque actual a las marcas siendo un medio ideal para lograr interacciones.

Aunque comenzó siendo una nueva red social de entretenimiento, actualmente va más allá del mero entretenimiento. Cada vez son más las empresas, organizaciones y profesionales que utilizan TikTok como herramienta de marketing y comunicación (Vela, 2023).

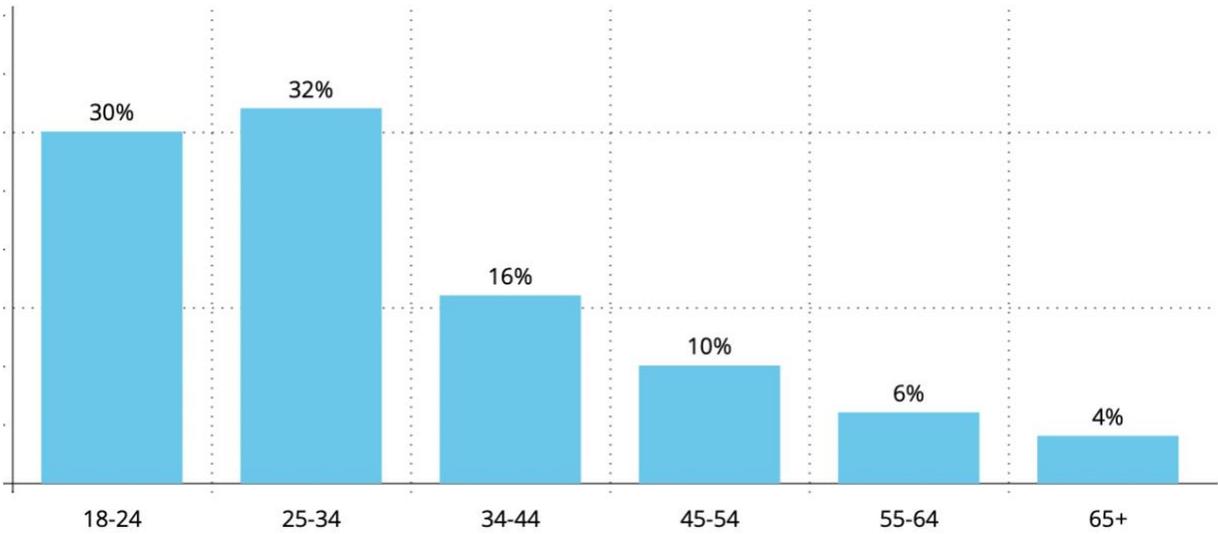
Como establece García (2022) TikTok se caracteriza por ser una plataforma social altamente adictiva debido a su sofisticado algoritmo de recomendación. Este algoritmo utiliza el aprendizaje automático para identificar las preferencias de cada usuario, tomando en consideración su comportamiento en la aplicación, como los vídeos que les gusta, los comentarios que realizan y los vídeos que saltan antes de que finalicen, entre otros aspectos. Esto hace que TikTok sea altamente personalizado y adictivo, manteniendo a los usuarios involucrados y consumiendo contenido de manera constante. Sin embargo, es importante destacar que TikTok ha sido objeto de críticas por promover retos o "challenges" que pueden resultar potencialmente peligrosos para la salud de las personas, e incluso mortales, especialmente entre los jóvenes.

En la actualidad, TikTok ha alcanzado una impresionante base de usuarios con más de dos mil millones de usuarios. Se proyecta que esta cifra continúe en aumento en los próximos años. Si bien la plataforma está dirigida principalmente a adolescentes y jóvenes de 13 a 24 años, es evidente que existe una significativa presencia de menores de edad utilizando la aplicación, a pesar de las políticas de privacidad de la compañía que prohíben expresamente su uso. Vela (2023)

Según Similarweb (2023) la distribución por edades de los usuarios de TikTok mayores de 18 años se refleja en el siguiente gráfico:

Figura 6

Distribución por edades de los usuarios de TikTok

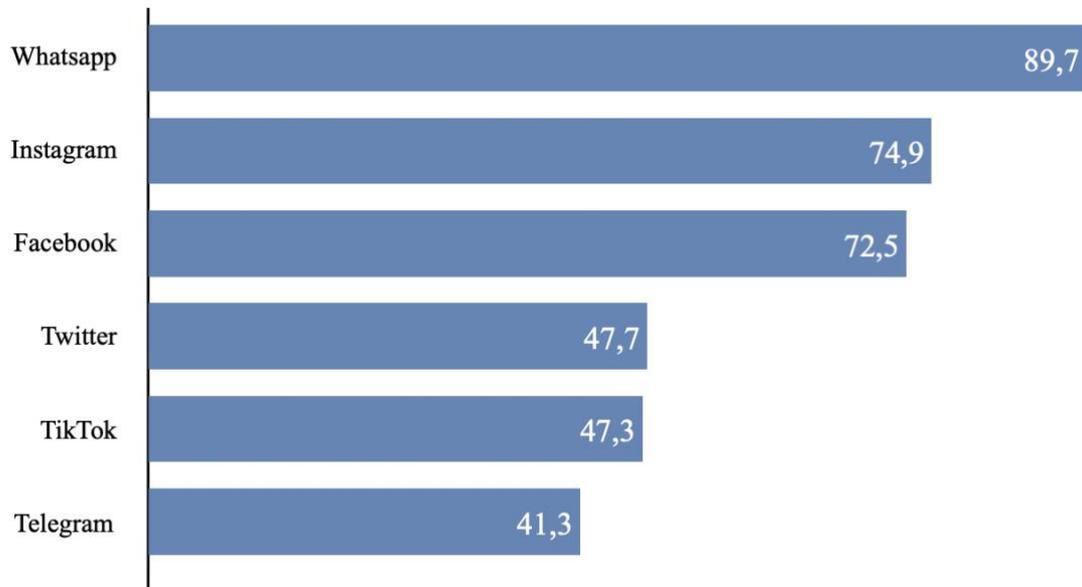


Fuente. Elaboración propia a partir de Similarweb (2023)

TikTok es la sexta red social con más usuarios del mundo, quinta en España, y a la que más tiempo se le dedica, especialmente por parte de los más jóvenes (Vela, 2023)

Figura 7

Redes sociales más usadas en España

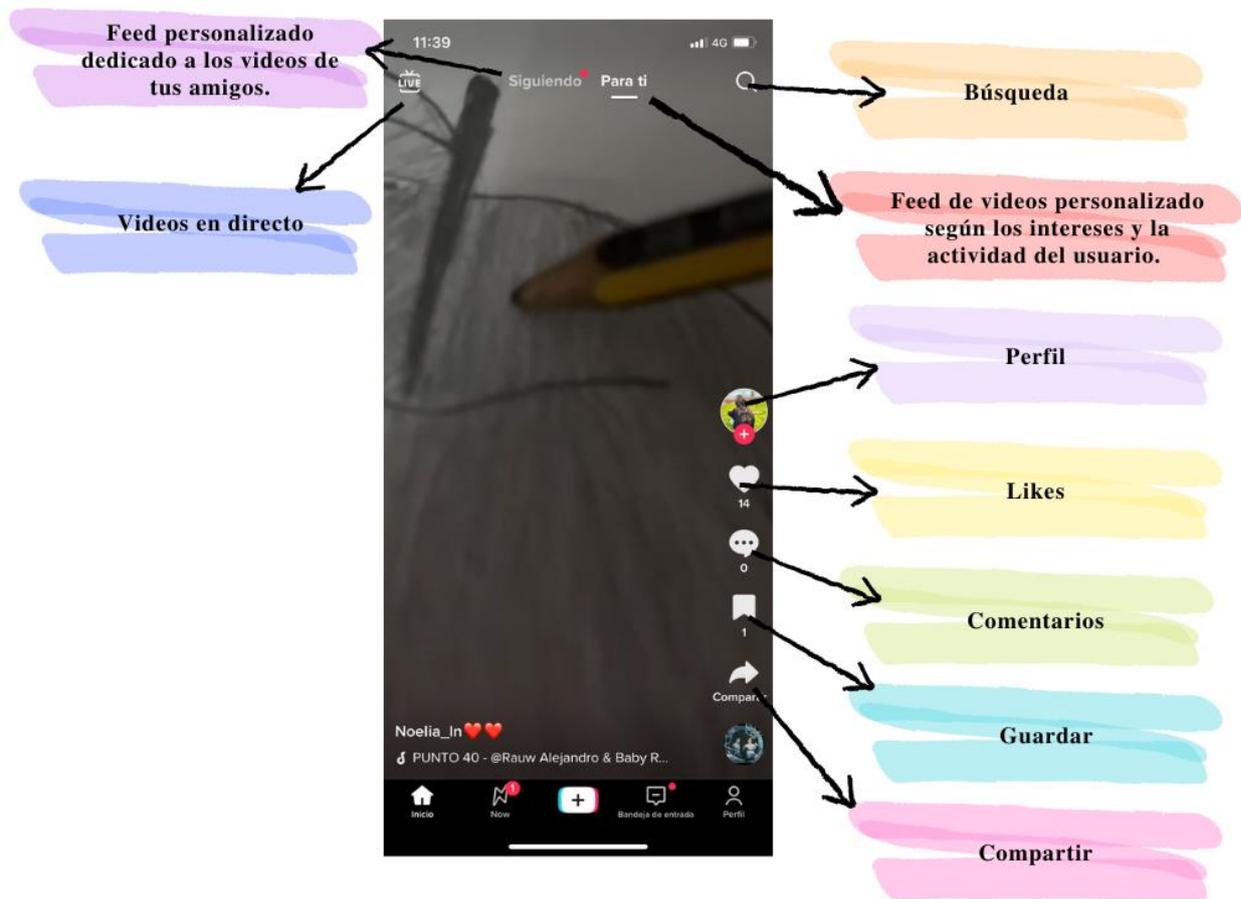


Fuente. Elaboración propia

Respecto al uso de TikTok, cuenta con una interfaz bastante sencilla e intuitiva. Al entrar en la app aparece un Time Line, que es un clip de vídeo tras otro, que se pueden pasar deslizando el dedo hacia arriba o hacia abajo. En caso de no deslizar el dedo el vídeo se reproducirá en bucle.

Figura 8

Pantalla de inicio



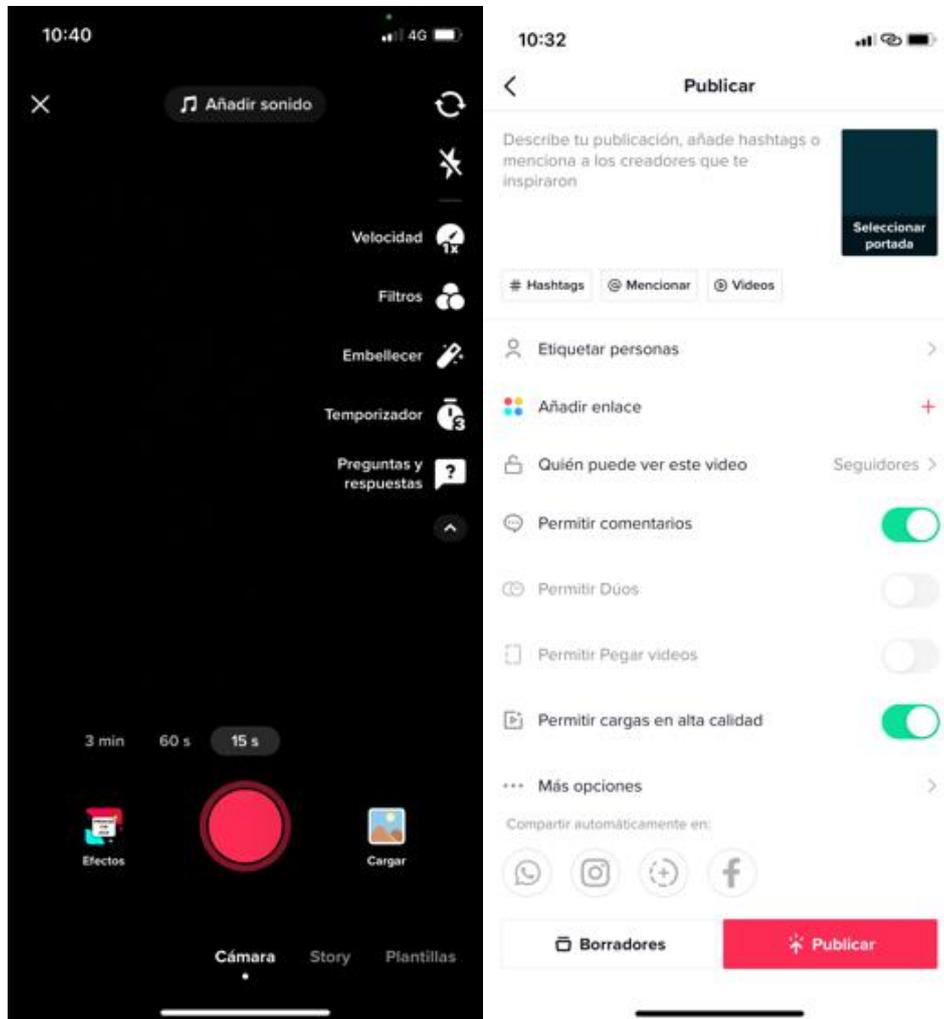
Fuente. Elaboración propia

En el centro de la parte inferior de la pantalla aparece el icono (+), este te dirige a la pantalla donde se puede grabar y editar los vídeos de entre 3 y 15 minutos. A esas grabaciones además se las puede añadir texto, stickers, música, efectos y filtros.

Una vez grabado antes de publicar se puede establecer la configuración de la publicación (privacidad, comentarios, etc). Además, se puede compartir la creación en otras RRSS.

Figura 9

Pantalla de grabación y publicación



Fuente. Elaboración propia

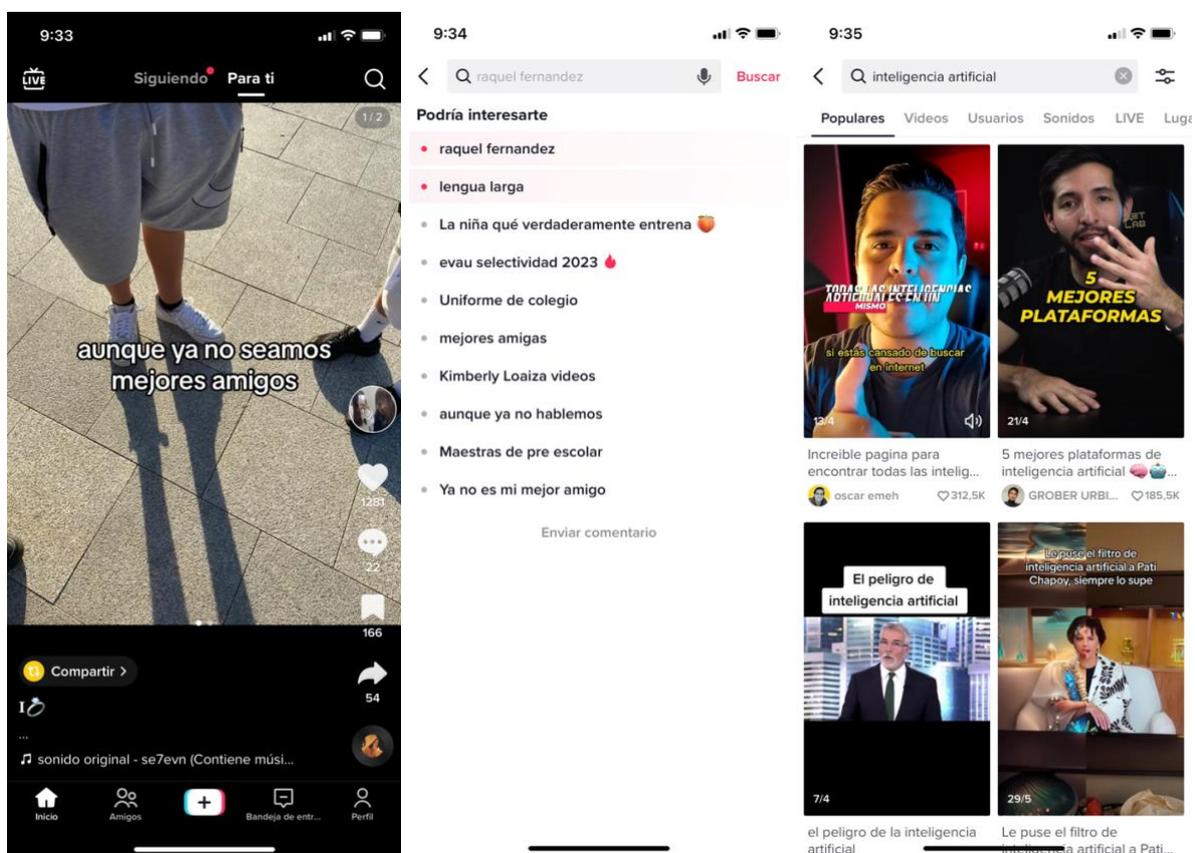
Para buscar usuarios, vídeos, sonidos, LIVE y hashtags:

1. Pulsa el icono de búsqueda en la esquina superior derecha de la pantalla.
2. Introduce lo que quieres encontrar en la barra de búsqueda y pulsa en “Buscar”.
3. Los resultados más relevantes se mostrarán en la pestaña “Populares”.
4. En las demás barras de búsqueda «Usuarios», «Vídeos», «Sonidos», «LIVE» y «Hashtags» aparece contenido relacionado.

En las páginas de hashtags primero se muestran los vídeos que dieron comienzo a la tendencia y luego los vídeos populares relacionados.

Figura 10

Pantalla de búsqueda



Fuente. Elaboración propia

TikTok es una red social en la que el uso del algoritmo está muy trabajado para que los spammers y otras personas con intenciones cuestionables no puedan usar el algoritmo para recibir más atención de la que merecen. Según Hootsuite (2023) el algoritmo de TikTok es un sistema de recomendaciones que determina qué vídeos aparecen en tu página Para ti (que es un espacio único y totalmente personalizado).

Según TikTok el enfoque en cuanto a la moderación de contenido se basa en cuatro pilares:

1. Eliminar de la plataforma el contenido que infrinja sus normas.
2. Imponer restricciones de edad al contenido para adultos (de tal forma que solo puedan verlo los usuarios mayores de 18 años).

3. Aplicar criterios de inclusión en el Feed Para ti (para asegurarse de que el contenido que se promoció mediante su sistema de recomendaciones sea apropiado para una audiencia amplia).

4. Fortalecer su comunidad (brindando a los usuarios la información, las herramientas y los recursos que necesitan).

Por su parte, TikTok permite crear dos tipos de cuentas, cuentas personales y cuentas de empresa; permite poner la cuenta privada o pública entre otras configuraciones. Además, al igual que en otras RRSS existe la posibilidad de que la cuenta sea verificada.

5. Metodología

5.1 Paradigma de investigación

El primer paso del momento metodológico lo constituye la selección de la visión de la naturaleza investigada. Es decir, la selección del paradigma en el que se enmarca nuestro estudio. Según Contreras (1996):

de acuerdo con Kuhn, un paradigma es un sistema de creencias, principios, valores y premisas que determinan la visión que una determinada comunidad científica tiene de la realidad, el tipo de preguntas y problemas que es legítimo estudiar, así como los métodos y técnicas válidos para la búsqueda de respuestas y soluciones. En consecuencia, el enfoque o paradigma en que se inscribe un estudio sustenta el método, propósito y objetivos de la investigación.

Por un lado, el estudio se enmarca en el paradigma cualitativo (Gómez-Núñez *et al.*, 2020) a través de la exploración de los temas y mensajes recurrentes presentes en los vídeos, así como el análisis de los comentarios, comportamientos y las interacciones con otros usuarios, para comprender mejor las intenciones, los riesgos y las percepciones de los menores en relación con el contenido que crean y consumen en TikTok. Por otro lado, el estudio se enmarca en el paradigma cuantitativo (Gómez-Núñez *et al.*, 2020), mediante la recopilación y el análisis de datos numéricos como los *hashtags* más utilizados, el número de interacciones y seguidores, para ayudar a identificar patrones, tendencias y relaciones estadísticas en el contenido que suben los menores y cómo se relaciona con su audiencia, con el objetivo de comprender de forma profunda y desde diferentes perspectivas el objeto de estudio. De este modo, la combinación de datos de naturaleza cuantitativa y cualitativa nos permite obtener una visión del fenómeno más

amplia y profunda. Adquiriendo una comprensión desde diferentes perspectivas para evitar la pérdida de información.

5.2 Diseño del estudio

Este estudio sigue un diseño mixto, entrelaza y mezcla la metodología cuantitativa y la cualitativa. Los métodos mixtos o híbridos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos tanto cuantitativos como cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (denominadas metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2008).

Por tanto, este estudio sigue un diseño explicativo secuencial (DEXPLIS) con dos etapas distintas: (1) una primera en la que se recaban y analizan datos cuantitativos, y (2) una segunda en la que se recogen y evalúan datos cualitativos. La combinación mixta se produce cuando los resultados cuantitativos iniciales influyen en la recolección de datos cualitativos. Es importante destacar que la segunda fase se basa en los resultados de la primera.

Finalmente, los descubrimientos de ambas etapas se integran en la interpretación y elaboración del reporte del estudio. Aunque en esta investigación se atiende a ambos enfoques esta investigación da prioridad a lo cuantitativo, se utilizan los datos cualitativos para profundizar en la interpretación y explicación de los descubrimientos cuantitativos iniciales, así como profundizar en estos (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2008).

Figura 11

Esquema del diseño explicativo secuencial (DEXPLIS)



Fuente. Elaboración propia a partir de Hernández-Sampieri y Mendoza (2018)

5.2.1 Diseño cuantitativo

En este estudio se llevó a cabo una primera fase desde un enfoque cuantitativo, de alcance exploratorio y diseño descriptivo-correlacional y transversal (Sampieri et al., 2018).

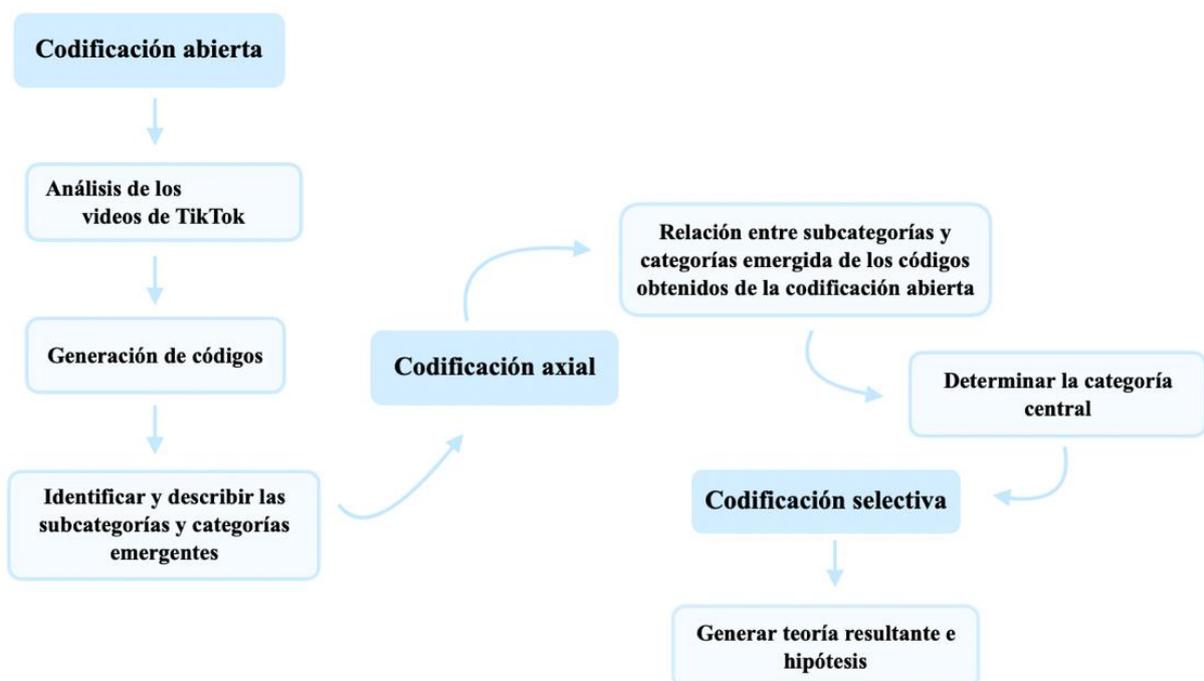
5.2.2 Diseño cualitativo

Además, este estudio sigue una segunda fase cualitativa interpretativa de alcance exploratorio y descriptivo. El diseño de investigación empleado en la investigación cualitativa es la teoría fundamentada (San Martín, 2012). A pesar de poder considerarse como un diseño único, existen dos enfoques, el sistemático y el emergente (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2008).

En la siguiente figura se resume el proceso de análisis de datos cualitativos que se ha llevado a cabo en la investigación.

Figura 12

Proceso de análisis de datos cualitativos



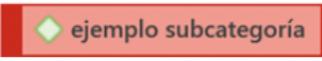
Fuente. Elaboración propia

Con el fin de establecer un proceso de codificación (abierto, axial y selectivo), se ha llevado a cabo un proceso de análisis de los vídeos que ha permitido establecer una categoría central. A partir de la cual, se ha generado el desarrollo de la teoría.

Para facilitar la comprensión de las redes expuestas en el apartado de resultados cualitativos se ha realizado la siguiente tabla (tabla 4). En ella se muestra un ejemplo de como se representan las subcategorías, categorías y códigos que han surgido tras el proceso de codificación abierta.

Tabla 4

Categorías de análisis

Qué	Sintaxis para etiqueta del código	Ejemplo
Código	Minúscula	
Subcategoría	Minúscula, mismo color que la categoría	
Categoría	Mayúscula, con color	

Fuente. Elaboración propia basada en Essalhi y Pinedo (2023)

5.3 Muestreo y muestra

A continuación, se presenta por un lado el tipo de muestreo y la composición de la muestra en la fase cuantitativa y por otro la muestra y el muestreo correspondiente a la fase cualitativa.

5.3.1 Muestreo y muestra de la fase cuantitativa

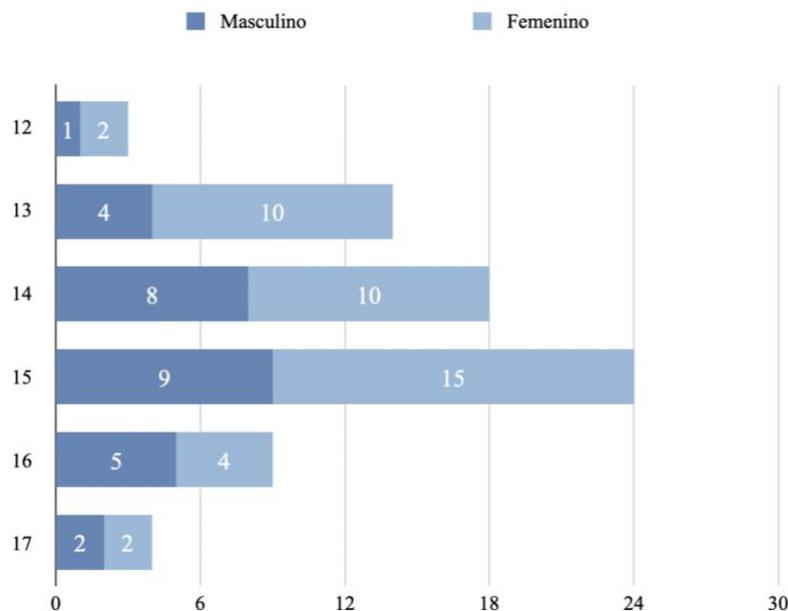
La unidad de análisis de este estudio es el conjunto de perfiles públicos de menores de edad de la red social TikTok. Para seleccionar la muestra se delimitaron unos criterios de inclusión y exclusión que se aplicaron a los vídeos que aparecen en el apartado “para ti” de dicha red social.

- Que la edad del usuario estuviera comprendida entre los 12 y los 17 años. Para detectar la edad se visualizaron los vídeos del perfil y los comentarios.
- Que el número de seguidores fuera mayor que 1000.
- Que en su perfil hubiese publicados al menos tres vídeos.

Derivado de este proceso, se seleccionaron, mediante un muestreo no probabilístico y por cuotas, un total de 100 perfiles diferentes correspondientes tanto a chicos como a chicas, con edades comprendidas entre los 12 y los 17 años. En la Figura 12 se muestra la distribución de los perfiles analizados en función del género y la edad.

Figura 13

Distribución de los perfiles analizados en función del género y la edad



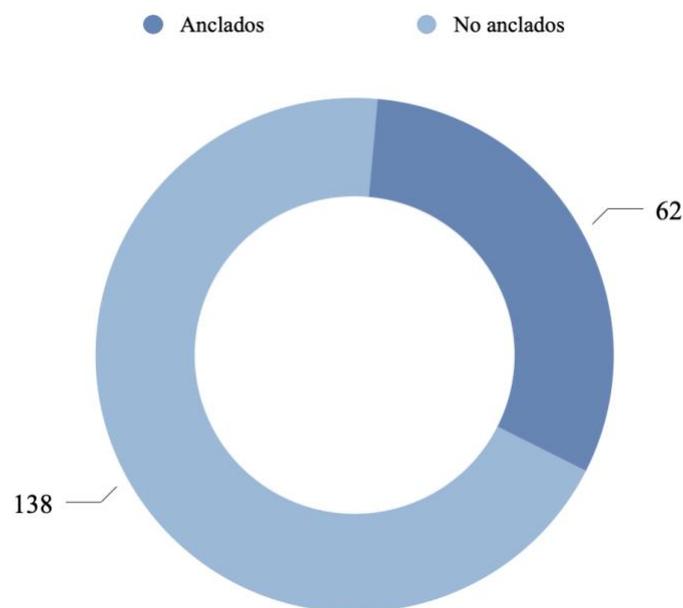
Fuente. Elaboración propia

A nivel cuantitativo se incluye, además, como unidad de análisis una selección de dos publicaciones de cada uno de los 100 perfiles incluidos en la base de datos, por lo que, para este análisis se recopilaron un total de 200 vídeos. Los criterios de inclusión para la selección de los vídeos fueron:

- Un vídeo se seleccionó al azar entre todas las publicaciones del perfil.
- El segundo vídeo se seleccionó también al azar, pero si el perfil contaba con publicaciones ancladas se seleccionó de estas.

Figura 14

Videos de la selección



Fuente. Elaboración propia

En la fase cuantitativa se contó, por tanto, con dos unidades de análisis, los perfiles de los menores y algunos de los vídeos que éstos habían publicado.

5.3.2 Muestreo y muestra de la fase cualitativa

Las unidades de análisis que componen el muestreo cualitativo derivan de los 200 vídeos seleccionados de los perfiles detectados en el muestreo cuantitativo. El criterio de inclusión se basó en las opciones de privacidad de los perfiles. Solo se incluyeron para el estudio aquellos

vídeos que tuvieran la posibilidad de ser descargados. Cumplieron esta cuestión un total de 150 vídeos.

5.4 Análisis de datos

A lo largo de este apartado se va a llevar a cabo la descripción de las técnicas de análisis de datos que se han empleado en dicho estudio.

5.4.1 Análisis de datos cuantitativos

Para analizar los datos recopilados en el muestreo cuantitativo se volcó la información en una matriz de datos del programa *Statistical Package for the Social Sciences SPSS V.27*. A través de este programa se realizó un análisis descriptivo y correlacional de los 100 perfiles, en el se analizaron las siguientes variables: número de seguidores, número de personas a las que sigue, *likes*, números de publicaciones, número de vídeos anclados, género, edad, supervisión de la cuenta por un adulto y privacidad.

Se realizó un análisis descriptivo y correlacional de los 200 vídeos, en el que se analizaron las variables: número de me gusta, número de comentarios, número de veces guardado, número de veces compartido y número de visualizaciones. Para el análisis descriptivo se han tenido en cuenta la media, la desviación típica, los porcentajes, tabla de correlación de Pearson. Además, para agilizar la comprensión de los datos se han empleado gráficos de barras.

Al tratarse de perfiles de menores de edad en numerosas ocasiones la cuenta podía quedar bloqueada durante el proceso de investigación, por lo que al desaparecer no se podía incluir en la muestra de análisis y había que buscar otra nueva.

5.4.2 Análisis de datos cualitativos

El análisis de datos cualitativos se ha realizado con el programa Atlas.ti. De forma concreta en el análisis se basó en un proceso de categorización y codificación emergente o inductiva (Osses *et al.*, 2006). Explicado en el apartado 5.2.2 diseño cualitativo.

6. Resultados y discusión

6.1 Resultados

En el siguiente apartado se exponen los resultados obtenidos en la investigación realizada comenzando por el análisis cuantitativo y finalizando con el análisis cualitativo.

6.1.1 Resultados del análisis cuantitativo

En este apartado se presentan los resultados obtenidos siguiendo los objetivos de investigación planteados.

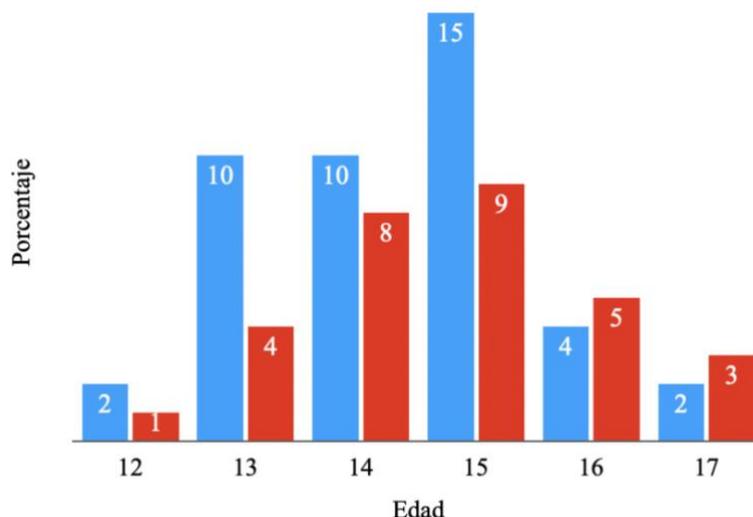
Objetivo 1: Describir las características principales de los perfiles de menores de edad que usan la red social TikTok

En primer lugar, se analizaron las características de los perfiles de TikTok seleccionados que han publicado contenido en esta red social, como: (1) edad, (2) género, (3) tipo de cuenta y (4) supervisión de la cuenta.

Al analizar las cuentas que se han seleccionado se ha comprobado que el 60% de los perfiles corresponden al género femenino. En cuanto a la edad de las muestras, se encuentran comprendidas entre los 12 años y los 17 años. Siendo la edad media de 14,5 años (d.t.= 1.25). Respecto a la edad de la muestra por género, en el siguiente gráfico se recogen los datos teniendo en cuenta que respecto a la edad el 26% de los casos son casos perdidos pues se desconoce la edad exacta.

Figura 15

Edad de los perfiles por género



Fuente. Elaboración propia

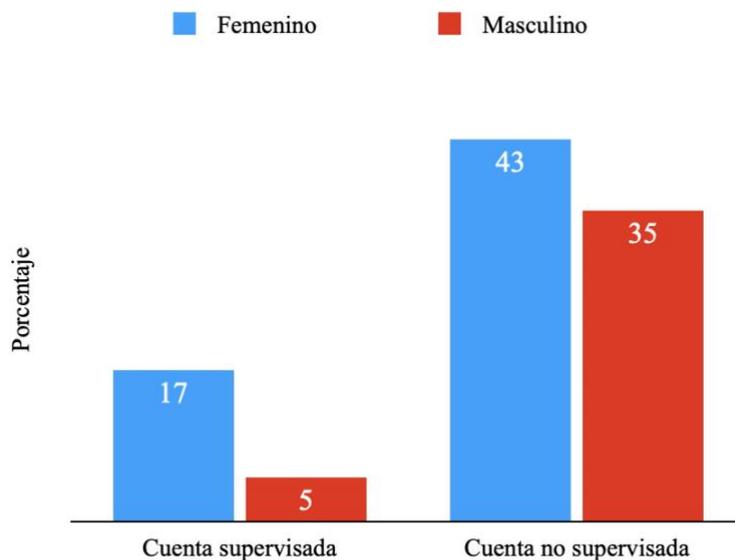
Como se puede ver en la gráfica, las edades que han sido seleccionadas para la muestra se corresponden a una franja de edades reducida, perteneciendo la mayoría de los perfiles seleccionados a la franja de edad de los 13 a los 15, siendo estos últimos los más destacados.

Además, otro aspecto a destacar es que el porcentaje de perfiles de género femenino siempre es más elevado que el de género masculino en las edades más bajas, mientras que en las edades más altas 16-17 años, el porcentaje de perfiles de género masculino es más elevado que el de género femenino. Lo que nos confirma que los chicos utilizan la red social sobretodo en edades más mayores.

Respecto a si las cuentas cuentan con la supervisión de un adulto, se espera que, al tratarse de menores, en su mayoría sí lo estén. Pero, tras el análisis se encontró que el 78% de los perfiles analizados no lo están. En la figura 16 se reflejan estos datos organizados en base al género.

Figura 16

Supervisión de los perfiles en base al género



Fuente. Elaboración propia

Por otra parte, a través del análisis de correlación de Pearson (ver Tabla 5) podemos comprobar cómo el número de vídeos anclados está directa y significativamente relacionado con el número de seguidores del perfil, a más seguidores más me gustas tiene el perfil ($p=.002$). Por otra parte, se puede ver también la relación directa y significativa que existe entre el número de seguidores y el número de vídeos subidos, a más vídeos compartidos más seguidores ($p=.001$). Otro aspecto significativo es el número de vídeos anclados, a mayor cantidad de vídeos subidos mayor número de vídeos anclados ($p=.001$).

Tabla 5

Correlación de Pearson

	Número de seguidores	Número de personas que sigue	Número de me gustas en el perfil	Número de vídeos subidos	Número de vídeos anclados
Número de seguidores	1	-0.70	.005	.614**	.311**
Número de personas que sigue	-.070	1	-.067	-.041	-.139
Número de me gustas en el perfil	.005	-.067	1	-.025	.073
Número de vídeos subidos	.614**	-.041	-.025	1	.353**
Número de vídeos anclados	.311**	-.139	.073	.353**	1

Fuente. Elaboración propia

Objetivo 2: Comparar las características de los perfiles de menores de edad que usan la red social TikTok en base al género

En segundo lugar, se han analizado las características de los diferentes perfiles (n=100) en cuanto a (1) número de seguidores, (2) número de personas a las que sigue, (3) número de me gustas del perfil, (4) número de vídeos subidos y (5) número de vídeos anclados. Además, se han comparado en base al género.

Tabla 6

Características de los perfiles

	Total		Masculino		Femenino	
	Media	D.T.	Media	D.T.	Media	D.T.
Número de seguidores	56347.28	114544.20	29604.88	54689.81	74175.55	138673.61
Número de personas de personas a las que sigue	520.49	804.09	604.70	1009.97	464.35	634.53
Número de me gustas del perfil	10879498.0	91116280.8	827118.55	1669639.67	17581084.3	117536152
Número de vídeos subidos	101.89	159.59	63.40	103.61	127.55	18431
Número de vídeos anclados	1.29	1.21	1.05	1.19	1.45	1.21

Fuente. Elaboración propia

Objetivo 3: Describir las características del contenido audiovisual creado por menores de edad que usan la red social TikTok

En tercer lugar, se han analizado las características de las diferentes muestras de vídeos seleccionados (n=200) en cuanto a (1) número de me gusta, (2) número de comentarios, (3) número de veces guardado, (4) número de veces compartido, (5) número de visualizaciones.

En la siguiente tabla se puede ver tanto la media como la desviación típica de estas características.

Tabla 7

Características de los vídeos

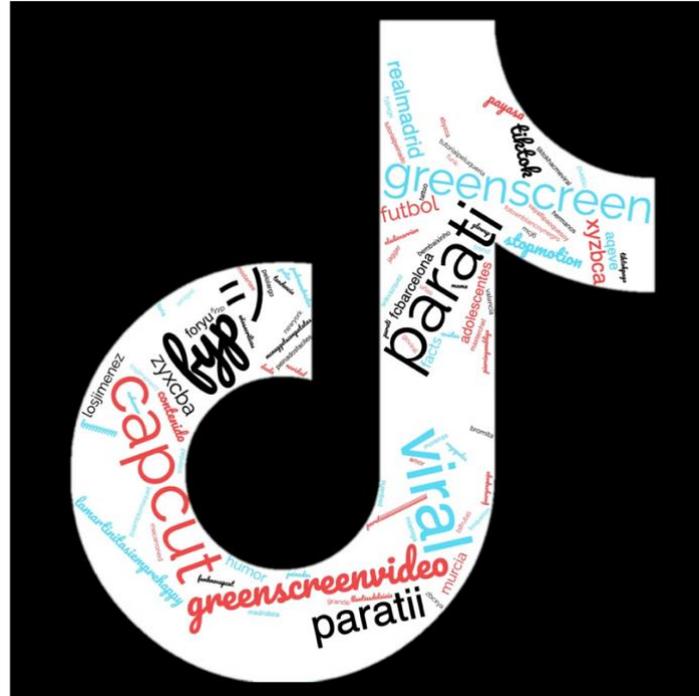
	Media	D.T.
Número de me gusta	64316.36	116104.22
Número de comentarios	703.48	2103.42
Número de veces guardados	5762.70	12302.75
Números de veces compartidos	2137.74	5515.16
Número de visualizaciones	501578.99	925159.88

Fuente. Elaboración propia

Respecto a los *hashtags* que se emplean en los vídeos seleccionados se pueden destacar los siguientes: #parati, #fyp, #viral y #capcut. La mayoría de estos *hashtags* son empleados para ganar más visualizaciones en sus publicaciones mientras que el resto de los *hashtags* empleados suelen tener relación con la propia publicación. En la siguiente figura se recogen los *hashtags* de la selección de vídeos que se ha realizado de manera que en función del tamaño de la palabra son los más empleados o menos.

Figura 17

Hashtags empleados en los vídeos



Fuente. Elaboración propia

Por otra parte, se ha analizado si los vídeos están anclados o no; teniendo en cuenta que los vídeos anclados generalmente son los que mayor número de visualizaciones, *likes*, comentarios, etc. tienen. Tras el análisis se ha encontrado que el 68.4% de los vídeos no están anclados frente al 31.6% que sí lo están.

6.1.2 Resultados del análisis cualitativo

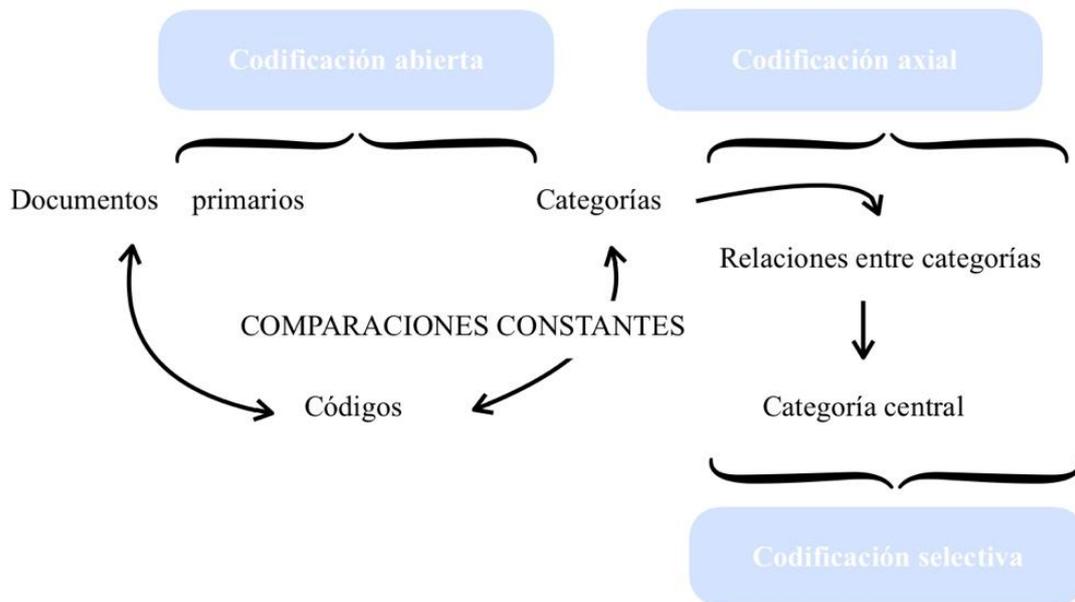
En el siguiente apartado se representan los resultados obtenidos en el análisis cualitativo. La organización de estos se realiza de acuerdo con los tres procesos de codificación establecidos por la Teoría fundamentada (Strauss & Corbin, 2002).

A través de la codificación abierta se analizan los datos de manera detallada y se etiquetan o identifican conceptos y categorías emergentes asignando códigos. Posteriormente, a través de la codificación axial se establecen relaciones entre los códigos identificados en la etapa de codificación abierta. Por último, la codificación selectiva consiste en seleccionar las categorías más relevantes para desarrollar una teoría o hipótesis (San Martín, 2012).

En la figura 18 se puede observar el proceso de investigación en la Teoría Fundamentada.

Figura 18

Proceso de investigación en la Teoría Fundamentada



Fuente. Elaboración propia a partir de Strauss & Corbin, 2002.

Mediante la codificación abierta (proceso inductivo) se ha buscado extraer el contenido de los vídeos de TikTok analizados y describir así las ideas, pensamientos y significados presentes (Strauss & Corbin, 2002). Con este primer proceso de análisis se han obtenido una serie de códigos que a su vez se han categorizado en conceptos más genéricos. En la tabla 8 se expone un resumen de esta categorización.

Tabla 8

Proceso de categorización

CÓDIGOS	SUBCATEGORÍAS	CATEGORÍAS
Provocativa	Vestimenta	IMAGEN FÍSICA
Deportiva		Dentro de esta categoría se
Cayetana		establecen aquellos
Casual		aspectos relativos al físico
Colores neutros		y a la imagen de la persona
Colores llamativos		que han sido detectados en

Accesorios		los códigos de los vídeos analizados.
Natural Sin maquillaje Extravagante Con filtros de belleza Con filtros cómicos	Maquillaje	
Mirada y contacto vidual directo Mirada y contacto visual indirecto Expresiones faciales intensas y expresivas Gestos de las manos y los brazos Posturas relajadas y despreocupadas Posturas enérgicas y dinámicas. Movimientos de baile coordinados y coreografías	Lenguaje corporal	
Bailes y coreografías Lip sync y doblajes Desafíos y tendencias virales Comedia y humor Contenido educativo o informativo Contenido de estilo de vida Moda	Temática	CONTENIDO Dentro de esta categoría se establecen aquellos aspectos relacionados con el contenido del vídeo, el mensaje que quieren transmitir
Exhibición Baja autoestima Sentimientos negativos Comedia Estilo de vida Superación personal	Mensaje transmitido	
Movimientos y expresiones sexualizados Desafíos de baile populares Coreografías de creaciones propias Mímica y gestos faciales Mímica y gestos corporales	Movimientos	AUDIO E IMAGEN En esta categoría se establece aquello que tiene que ver con los gestos, el audio y los lugares que han sido detectados en los

Canciones viralizadas		códigos de los vídeos
Letras sexualizadas y reggaetón	Música	analizados.
Clásicos		
Música de fondo		
Habitación		
Supermercado		
Cocina		
Calle		
Parque		
Pasillo		
Playa		
Coche	Entorno	
Baño		
Ascensor		
Vestuario		
Terraza		
Campo de futbol		
Portal		
Salón		
Pabellón		
Duetos		
Comentarios negativos	Interacciones online	
Comentarios positivos		
Visualizaciones		
Me gustas		INTERACCIONES
Solos		En esta categoría se hace referencia a las personas con las que aparecen y las interacciones con los consumidores
Amigos		
Padre		
Madre	Acompañantes	
Hermano		
Hermana		
Abuelos		

Fuente. Elaboración propia

Una vez categorizados se establecen relaciones entre los códigos identificados en la codificación abierta. Se buscan conexiones y se analizarán las interacciones entre las diferentes categorías. En este punto, se lleva a cabo la elaboración de redes. Su representación se organiza de acuerdo con los objetivos planteados en este enfoque de investigación.

Objetivo 4: Identificar qué elementos o aspectos caracterizan la imagen física de los menores que suben vídeos a TikTok.

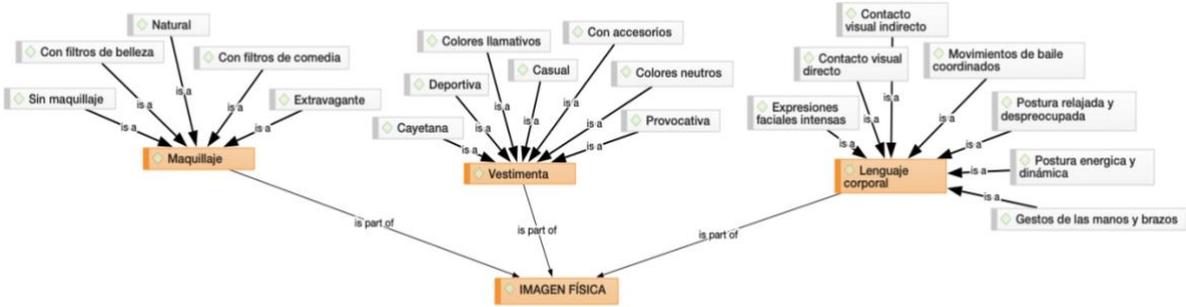
Siguiendo el proceso inductivo de la teoría fundamentada mencionado por San Martín (2012), se obtiene la siguiente red (ver figura 19). En ella se ve cómo los códigos se conectan

con el maquillaje, la vestimenta y lenguaje corporal (subcategorías), a través de una relación de tipo “is a”. Además, se observa que ambas subcategorías guardan una relación de “is part of”. De esta manera podemos observar que los dos tipos forman parte de imagen física como concepto general.

Dentro de esta red de la categoría imagen física, las subcategorías con más densidad son la vestimenta y el lenguaje corporal.

Figura 19

Red de imagen física



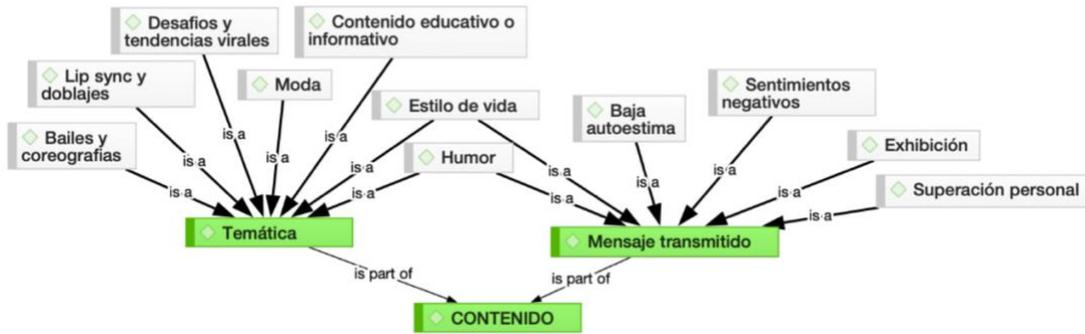
Fuente. Elaboración propia

Objetivo 5: Explorar el contenido generado por los usuarios menores de edad en la plataforma de TikTok.

En esta segunda red (ver Figura 20) la estructura es muy similar a la anterior ya que los códigos se conectan con las subcategorías a través de una relación de tipo “is a” en la que algunos códigos como el humor o el estilo de vida son comunes a ambas subcategorías. Estas subcategorías se relacionan de manera directa con la categoría de contenido.

Figura 20

Red de contenido



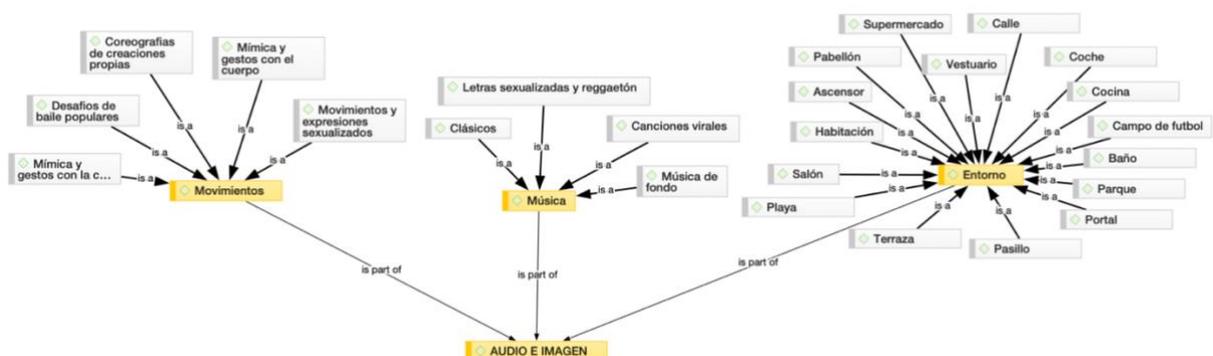
Fuente. Elaboración propia

Objetivo 6: Examinar y reconocer las tendencias musicales, los entornos y los movimientos utilizados por los usuarios menores de edad en sus vídeos de TikTok.

La siguiente red (ver Figura 21) cuya categoría se denomina audio e imagen emergen tres subcategorías: movimientos, música y entorno relacionadas a través de “is part of”. A su vez, determinados códigos se relacionan a través de “is a” con estas subcategorías. Siendo la subcategoría entorno la que mas densidad presenta con 16 códigos.

Figura 21

Red de audio e imagen



Fuente. Elaboración propia

Objetivo 7: Conocer las interacciones que tienen los menores de edad en TikTok.

En la red de la categoría interacciones se produce una relación de “is part of” entre las subcategorías acompañantes e interacciones online y la categoría interacciones. Por otra parte, se establece una relación de “is a” entre los diferentes códigos y las subcategorías mencionadas anteriormente.

Figura 22

Red de interacciones



Fuente. Elaboración propia

6.2 Discusión

En esta etapa del estudio, se procederá a explicar y relacionar los resultados cuantitativos y cualitativos obtenidos, estableciendo conexiones con la información previamente expuesta en el marco teórico.

Dentro de la red de la categoría imagen física emergen tres subcategorías que se comentaran a continuación; estas son: maquillaje, vestimenta y lenguaje corporal. Las dos subcategorías vestimenta e imagen corporal presentan una mayor densidad lo que nos muestra la importancia que tienen; dichas subcategorías constan de 7 códigos cada una.

La imagen física en los menores de edad es un tema de gran importancia ya que son personas muy vulnerables que aún están en construcción de su propia personalidad. La imagen física se refiere a la percepción y valoración que los individuos tienen sobre su propio cuerpo y apariencia física, así como a la influencia de los estándares sociales y culturales en esta percepción.

TikTok es una plataforma muy popular entre los jóvenes y menores de edad; esta se basa en la creación y compartición de vídeos, lo que implica una exposición de su imagen y apariencia física a través de bailes, desafíos, actuaciones y otros contenidos visuales.

Esta exposición de la imagen física en TikTok puede tener tanto aspectos positivos como negativos. Por un lado, puede ser una oportunidad para que los menores se expresen, pueden sentirse empoderados al recibir reconocimiento y aceptación de otros usuarios, lo que puede contribuir a su autoestima y confianza en sí mismos. Sin embargo, también es importante tener en cuenta los posibles impactos negativos. La exposición en línea de la imagen física puede generar comparaciones, inseguridades y presiones para cumplir con los estándares de belleza establecidos en la plataforma. Los menores pueden sentir la necesidad de ajustar su apariencia física para obtener más seguidores, *likes* o comentarios positivos, lo que puede generar preocupaciones relacionadas con la imagen corporal y la autoestima.

En el contexto de los menores de edad, el desarrollo de una imagen física saludable y positiva es crucial para su bienestar emocional, social y psicológico. Sin embargo, factores como la presión de los medios de comunicación, los ideales de belleza establecidos y la comparación con otros pueden influir negativamente en la imagen corporal de los menores.

Muchos menores de edad experimentan preocupaciones relacionadas con su apariencia física, como el peso, la forma corporal y la talla. Estas preocupaciones pueden conducir a la adopción de conductas perjudiciales para la salud, como la restricción alimentaria, el uso de dietas extremas o el desarrollo de trastornos alimentarios.

Además, la imagen física en los menores puede estar influenciada por otros factores, como la influencia de los pares, la percepción de los padres y la calidad de la relación con su propio cuerpo. Los mensajes negativos sobre la apariencia física a los que pueden estar expuestos tras subir contenido pueden tener un impacto duradero en su autoestima y bienestar general. Según el estudio PsiCE, elaborado por la Psicofundación y el Consejo General de la Psicología de España Uno de cada 20 adolescentes asegura haber intentado suicidarse (Foraster, 2023).

Asimismo, cuando suben contenido a cualquier red social no solo están expuestos a opiniones negativas sobre su cuerpo o su aspecto físico de manera directa, sino que como señalan Corbella & Oliva (2013) la falta de privacidad conlleva que el sujeto pierda el control sobre su red social cuando no se es consciente de los datos que se comparten quedando expuestos a otros muchos peligros de los que se ha hablado anteriormente como puede ser el acoso, sexting, grooming, etc. El estudio de UNICEF (2021) ofrece cifras muy preocupantes

sobre estos fenómenos que afectan de forma especialmente grave a los jóvenes. Al realizar este estudio llama la atención el gran número de veces que se guardan y comparten los vídeos. Esto nos informa de que los vídeos no solo se ven, sino que personas probablemente desconocidas los guardan o los comparten. Esto supone un gran riesgo para los menores, ya que su contenido puede estar circulando en manos de personas que pueden ser peligrosas que pueden utilizarlos para la creación de contenido manipulado o cualquier otro fin dañino.

Por todo ello, es fundamental fomentar una imagen corporal saludable y promover la aceptación de la diversidad de cuerpos, brindando apoyo emocional y una educación adecuada para ayudar a los menores a desarrollar una relación positiva con su propia imagen física. Así como, es necesario que los jóvenes reciban una educación mediática en la que se les eduque en un buen uso crítico y responsable de las RRSS, concienciándolos de los peligros a los que se pueden exponer cuando suben contenido y las posibles formas de evitarlo.

De las tres subcategorías que emergen de la categoría imagen física, la subcategoría maquillaje llama la atención por si sola ya que se trata de menores de edad, pero especialmente sorprende el código extravagante, aunque no es el que se emplea con más frecuencia. El código más frecuente en cuanto a maquillaje es el de filtros de belleza, lo que nos lleva a recalcar lo mencionado anteriormente; la importancia que se da a ese estándar ideal de belleza que tan peligroso puede ser para los y las adolescentes, pudiendo causar en ellos cierta dependencia y un alto impacto en su autoestima. Esta subcategoría es más común en las chicas, en la muestra de jóvenes que comparten vídeos en TikTok existe un porcentaje mayor de chicas que de chicos, aunque la cifra de chicos que suben contenido aumenta en los últimos años de la adolescencia, al igual que lo hace el empleo de filtros de belleza y la importancia al estándar ideal de belleza masculino.

Las subcategorías vestimenta y lenguaje corporal presentan la misma densidad de códigos. Los códigos de vestimenta que más densidad presentan son la ropa deportiva (mallas y top en chicas y pantalón de chándal y camiseta o sudadera en chicos) y la ropa casual (crop-tops o ropa ajustada en chicas). En las chicas se puede observar una inclinación a un estilo de vestuario que resalta la silueta y la forma del cuerpo, mientras que en el género masculino destaca el empleo de vestimenta holgada en la que se pueda ver perfectamente la marca. Por su parte, el término que más llama la atención en los códigos de vestimenta es el de ropa provocativa, este llama la atención ya que tratándose de menores de edad podría ser peligroso. Cuando se habla del código provocativo en chicos se habla de que aparecen en sus vídeos sin camiseta, mientras que cuando se habla de las chicas se emplea cuando llevan tops y pantalones

muy cortos o transparentes con los que enseñan su cuerpo de forma explícita. Este código y el número de veces en el que es empleado nos alerta del peligro que corren los menores en las RRSS y la necesidad de inculcarles una buena formación en el uso de las RRSS de manera responsable.

Por último, la subcategoría lenguaje corporal se compone de 7 códigos, de los cuales los más frecuentes son movimientos de baile coordinados y gestos de las manos y brazos ya que la mayoría de los vídeos que suben los menores son bailando con un encuadre que incluye el cuerpo entero o haciendo mímica y gestos con el torso superior. Lo que más llama la atención de estos gestos y que se comentará más adelante es lo obscenos, provocativos y poco apropiados para su edad que son. Está comprobado que cuanto más provocativo sea el vídeo que suban, más popularidad tendrán Ortega (2021) y este es el objetivo final de muchos de ellos y el origen de muchos peligros.

La siguiente red que se analiza es la del contenido. De esta emergen dos subcategorías: la temática y el mensaje transmitido.

Los menores suben una amplia variedad de contenido a sus perfiles de TikTok, generalmente se trata de contenido sin trasfondo, bailes y retos virales, aunque también hay una gran cantidad de vídeos sobre comedia y humor. Es decir, los vídeos que suben los menores suelen ser mero entretenimiento y exposición.

Aunque como cualquier red social, si se hace un buen uso de esta puede tener aspectos muy positivos también es importante considerar los aspectos negativos y no restarlo importancia. Como se menciona a lo largo del documento es importante tener en cuenta los posibles riesgos del contenido que suben los jóvenes a TikTok. Muchos menores suben y/o consumen contenido inapropiado. Esto puede incluir lenguaje ofensivo, imágenes inapropiadas o vídeos que contengan violencia. TikTok tiene políticas y herramientas de moderación para eliminar contenido inapropiado, pero no es infalible y siempre existe el riesgo de que los menores se encuentren con este tipo de contenido.

Además, deben tener cuidado con lo que suben ya que pueden estar expuestos a desconocidos; TikTok es una plataforma pública en la que los usuarios pueden recibir interacciones de personas que no conocen personalmente. Los menores de edad pueden recibir mensajes, comentarios o solicitudes de seguimiento de desconocidos. Es importante que los menores sean conscientes de los riesgos asociados con la interacción con extraños en línea y que no compartan información personal o se encuentren con personas desconocidas sin la supervisión adecuada. Como establece UNICEF (2021) Se han registrado cifras preocupantes

de sexting; contacto con desconocidos y posibles casos de grooming; así como el acceso a contenidos pornográficos por parte de los jóvenes.

En relación con la exposición a desconocidos y siguiendo en esta línea; los menores de edad deben tener cuidado con la información personal que comparten en sus vídeos de TikTok. Esto incluye evitar compartir datos personales como nombres completos, direcciones, números de teléfono o centros de estudio.

Como se menciona anteriormente las subcategorías presentes son la temática y el mensaje transmitido. Respecto al mensaje que quieren transmitido no tiene mucho trasfondo, los códigos con más frecuencia son humor y exhibición. Llama especialmente la atención el código de exhibición ya que se trata de menores cuyo único fin al subir el vídeo es recibir halagos sobre su físico, su forma de bailar, su vestimenta, etc.

En cuanto a la temática destacan los códigos de bailes y coreografías, muchos de ellos tendencias virales y lip sync, una temática muy empleada en TikTok. Seguido de estos códigos destaca también el humor, especialmente en el género masculino. Aunque cada vez son más los chicos que suben bailes y retos virales a esta plataforma, aun destacan por subir un contenido mas humorístico. Mientras que en las chicas suele ser al revés.

Con respecto a este contenido de retos virales, es fundamental prestar la atención que merece y concienciar de los peligros que supone para nuestros jóvenes. debemos concienciarles de los riesgos que tienen en numerosas ocasiones, priorizar su seguridad, informarse antes de participar, etc. Retos como “Quién duerma el último, gana”, “El desafío de las 48 horas”, “Juego de la asfixia”, “El rompebocas”, “TapOut” o “La cicatriz francesa” son algunos de los retos que han acabado con la vida de algunos menores en los últimos años Gaptain (2023). Como señala Barón (2021) la sobreexposición a este tipo de vídeos puede hacer que los menores se insensibilicen, normalicen o incluso repitan conductas y actitudes que no son adecuadas. Es por esto por lo que hay que inculcarles que hay unas “líneas rojas” que no se pueden traspasar. Todo esto guarda una estrecha relación con el escaso nivel de supervisión que ejercen las madres y padres (UNICEF, 2021). La mayoría de los perfiles no están supervisados por un adulto, como se trata a lo largo del documento esto presenta una serie de peligros para el menor que deberían tratar de ser evitados por el adulto a través de una buena educación en RRSS. Además, debemos tener en cuenta que muchas veces son los propios padres lo que exponen a sus hijos y su vida privada en RRSS; como señala Bisbal (2021) muchas veces los propios progenitores son el peor enemigo del adolescente.

Aunque no son muchas las cuentas supervisadas por un adulto, la mayoría de ellas se trata de perfiles de chicas. Uno de los problemas a los que nos podemos enfrentar es que los menores lo utilicen a escondidas, esto puede llevar consigo que, ante un posible problema, la vergüenza de admitir su conducta y el miedo a ser regañados puede hacer que no cuenten lo que les está sucediendo, limitando así la protección que se les puede dar (Barón, 2021).

La tercera red pertenece a la categoría de audio e imagen. En esta categoría se trata aquello relacionado con las subcategorías de movimientos, música y el entorno en el que graban los vídeos.

La subcategoría que más densidad presenta es la de entorno, de ella emergen 16 códigos, siendo el más frecuente la habitación con mucha diferencia. Por su parte, el código que más llama la atención es el coche ya que se trata de menores de edad que no tienen carné por lo que graban los vídeos posiblemente con la expectación de un mayor de edad.

Con respecto a la subcategoría de movimientos destaca sobretodo los movimientos de bailes, así como la mímica y gestos con la cara. Aunque lo que más sorprende y que tiene bastante frecuencia es el código de movimientos y expresiones sexualizadas ya que no deja de tratarse de menores de edad y es necesario que haya una sensibilización y educación sobre la importancia de respetar su cuerpo, los límites personales y la necesidad de evitar movimientos o expresiones sexualizadas. Es fundamental explicarles las implicaciones de este tipo de comportamiento y el impacto que puede tener en ellos y en los demás.

Por último, respecto a la subcategoría música destacan sobretodo dos códigos, por una parte, el empleo de canciones virales, ya que TikTok es una plataforma que se caracteriza por la creación de coreografías al ritmo de la música y, por otra parte, las letras sexualizadas y reggaetón.

La mayoría de los/as jóvenes suelen elegir utilizar canciones de reggaetón en sus vídeos debido a su popularidad y ritmos “pegadizos”. Sin embargo, es importante tener en cuenta que el contenido de estas canciones pueden contener letras con un lenguaje explícito, contenido sexual o referencias inapropiadas para su edad.

Como bien se señala utilizan canciones y coreografías virales que hacen que sus vídeos tengan más posibilidades de ser vistos, esto ocurre de una manera similar con los *hashtags* que utilizan, estos son *hashtags* con los que se busca recibir más visualizaciones, el fin principal de estos menores es que su contenido tenga un gran impacto y alcance en la plataforma e incluso que se haga viral. Los *likes* son importantes en la adolescencia porque les ayuda a sentirse aceptados Bisbal (2021). Esto tiene sus peligros; la búsqueda desesperada por obtener viralidad

puede afectar negativamente la salud mental de los menores. La comparación constante con otros usuarios populares, la presión por generar contenido viral y el posible rechazo pueden generar estrés, ansiedad y baja autoestima. Además, cuanto más viral se hace un vídeo a más gente le llega; esto puede exponerlos a interacciones no deseadas como mensajes privados de personas con intenciones maliciosas, acoso, grooming, etc.

La última red trata la categoría de las interacciones; de esta emergen dos subcategorías los acompañantes por un lado y las interacciones online por otro.

Con respecto a la subcategoría acompañantes, el código con mayor frecuencia es el de solos, la mayoría de los vídeos analizados los realizan de manera individual; el siguiente código con más frecuencia es el de amigos. Generalmente si no graban los vídeos en solitario los graban con amigos, creando un vídeo distinto para las cuentas de los diferentes participantes lo que en muchas ocasiones les permite conectarse con una audiencia más amplia.

Aunque generalmente los vídeos suelen ser grabados o en solitario o con amigos en muchas ocasiones, especialmente cuando se trata de vídeos de humor participan también las familias, especialmente las abuelas.

En cuanto a las interacciones online, existen numerosas formas de interacción a través de esta plataforma a través de comentarios, *likes*, visualizaciones, duetos o directos entre otras. Como se menciona anteriormente TikTok es una plataforma abierta donde se puede interactuar con personas desconocidas. Existe el riesgo de que los usuarios, especialmente los menores de edad, puedan ser contactados por personas malintencionadas o ser víctimas de acoso, grooming o ciberbullying. Es importante que los usuarios sean cautelosos al interactuar con extraños en TikTok y que no compartan información personal sensible. Estas interacciones pueden relacionarse con el número de vídeos que suben los menores, cuantos más vídeos suben, más seguidores tienen, esto puede generar en el adolescente una adicción que conlleva serios problemas de salud como la ansiedad o la depresión. Además, por norma general cuantos más vídeos suben, más de ellos anclan algunos de sus vídeos. Estos vídeos anclados suelen tener un gran número de visualizaciones, comentarios, *likes*, etc. lo que retroalimenta al menor a estar activo en la plataforma. Por otra parte, como es evidente cuantos más seguidores consiguen, más *likes* reciben en sus publicaciones y más recompensados se ven.

Además, es habitual que los jóvenes no configuren la privacidad de esta aplicación. Luego, Es importante reconocer que, si la cuenta de un menor en TikTok es pública, se expone a diversos peligros, como recibir mensajes privados de cualquier persona sin restricciones, como puede ser el caso de adultos pedófilos que contactan con ellos haciéndose pasar por

adolescentes con el objetivo de ganarse su confianza y obtener así fotos o vídeos de carácter sexual. Este riesgo se denomina grooming (Ortega, 2021).

Es importante que tengan cuidado con lo que muestran y la información que proporcionan, tras el análisis de los vídeos se han encontrado en numerosas ocasiones menores que suben vídeos con su uniforme del colegio y en los comentarios responden a preguntas sobre su edad, ciudad en la que viven, etc. Esta información puede ser muy peligrosa y la hacen pública a todo el mundo sin saber quien se encuentra detrás de las pantallas que los ven.

Es fundamental que los menores de edad comprendan los riesgos asociados con la divulgación de información personal en línea. Para ello es importante que las familias se involucren en la educación de sus hijos y traten de evitar un mal uso de estas plataformas.

7. Conclusiones y propuestas educativas

Tomando en consideración los resultados de esta investigación tanto cualitativos como cuantitativos podemos llegar a extraer una serie de conclusiones comunes que son apoyadas por evidencias de tipo cualitativas y cuantitativas.

La generación TikTok: Una mirada al consumo y producción de contenido de los menores y su implicación en la educación mediática.

El uso de TikTok es bastante habitual en una parte de los menores de edad, dentro de los menores de edad que usan TikTok no solo consumen, sino que producen contenido. El contenido que producen tiene unas características que nos llaman la atención y nos dan pistas de hacia donde tenemos que llevar la educación mediática.

Virilidad en TikTok, los riesgos de la difusión de vídeos de menores.

Son muchos los menores que comparten contenido en esta red social con el fin de hacerse virales. Uno de los principales riesgos a los que se exponen cuando suben contenido a esta plataforma es nivel de exposición. Cuando un vídeo de un menor se vuelve viral, es posible que llegue a una audiencia mucho más amplia de la que el menor o sus padres esperaban. Esto puede generar comentarios inapropiados, mensajes no deseados o incluso acoso por parte de extraños. Esta exposición puede tener efectos negativos tanto en la seguridad como en el bienestar emocional de los menores. En relación con esto, otro riesgo al que se exponen es la falta de control sobre el contenido compartido. Una vez que un vídeo se vuelve viral, es difícil

controlar dónde se comparte y quién lo ve. Aunque un vídeo se elimine de la plataforma, puede haber usuarios que lo hayan descargado y vuelto a subir en otras plataformas o sitios web. Como se ha comprobado en el análisis del presente trabajo el número de descargas y veces que se comparten los vídeos es muy elevado.

Además, la viralidad en TikTok puede fomentar la competencia y la búsqueda de popularidad entre los menores. Algunos pueden sentir la presión de crear contenido cada vez más arriesgado o inapropiado para intentar obtener más vistas y seguidores. Esto puede conducir a comportamientos peligrosos o irresponsables, poniendo en riesgo su seguridad física o emocional

La adicción en TikTok: El ciclo de recompensa de los menores a través de la publicación de vídeos y su impacto en la autoestima.

Cuando un menor publica un vídeo, puede recibir *likes*, comentarios y seguidores, lo que genera en ellos una sensación de validación y satisfacción. Esta recompensa social puede ser especialmente atractiva para los menores, ya que su autoestima y sentido de pertenencia pueden depender en gran medida de la aceptación y el reconocimiento de los demás.

Sin embargo, este ciclo de recompensa puede convertirse en algo peligroso para la autoestima y adicción de estos. La falta de reconocimiento o críticas negativas pueden afectar negativamente su autoestima y generar sentimientos de inseguridad. Por otra parte, buscar constantemente la validación de los demás, la dependencia emocional, el impacto en la imagen corporal, las comparaciones y presión social, pueden afectar negativamente en los jóvenes.

Este estudio se relaciona de manera directa con el currículum de Educación Primaria puesto que ayuda a contribuir en el desarrollo de una de las competencias clave establecidas en el Real Decreto 157/2022, de 1 de marzo, por el que se establecen la ordenación y las enseñanzas mínimas de la Educación Primaria. La competencia de la que se habla es la competencia digital. Esta implica el uso seguro, saludable, crítico y responsable de las tecnologías digitales.

Por otra parte, algunas pautas o consejos para los docentes y las familias puedan ayudar a un buen uso de esta red social, así como de cualquier otra, son las siguientes:

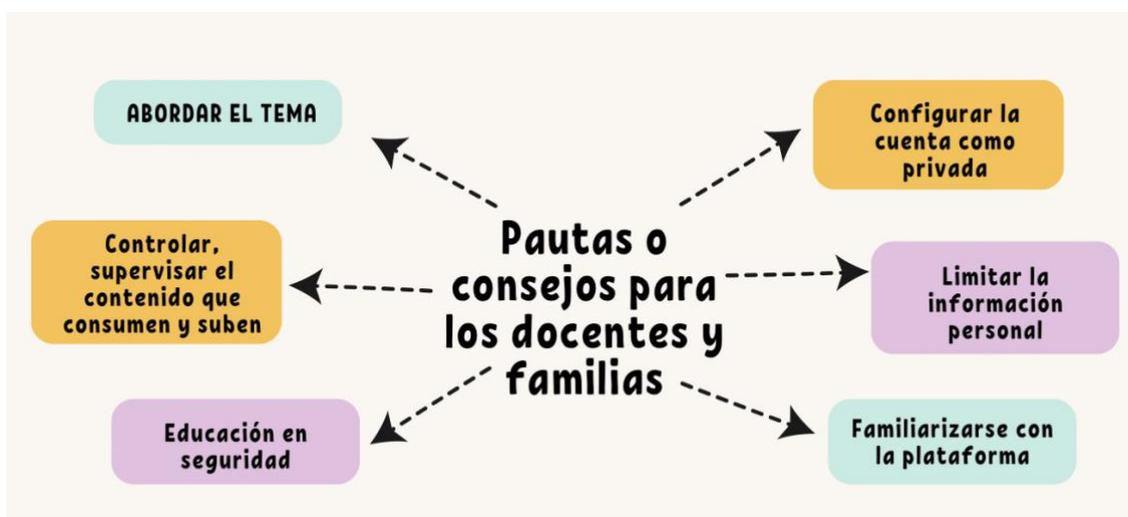
- Abordar el tema, es importante que haya una comunicación abierta con los jóvenes sobre lo que consumen en redes.
- Dar importancia a este contenido, no banalizar.

- Saber abordarlo, no es prohibir sino educar, educar en un uso seguro y crítico. Como señala Bisbal (2021) prohibir su uso en la adolescencia es poner puertas al campo, ya que ellos encuentran la forma de utilizarlo sin el conocimiento de sus padres a través de su dispositivo cuando están solos, o desde el de los amigos.
- Configurar la cuenta como privada, cuando se trata de menores no es necesario que personas que no lo conozcan accedan a su contenido.
- Limitar la información personal, los menores deben evitar compartir información personal sensible, como dirección, número de teléfono, escuela o cualquier otra información que pueda ser utilizada para identificarlos o localizarlos.
- Familiarizarse con la plataforma, conocer cómo se utiliza, qué contenido pueden consumir, políticas de privacidad, etc.
- Supervisión de adultos, deben supervisar la actividad en TikTok de los menores y establecer límites sobre la información que pueden compartir. Esto tampoco significa invadir la privacidad del menor, si no concienciar de un uso responsable.
- Educación en seguridad, los menores deben recibir formación sobre su seguridad, la importancia de proteger su información personal, así como la identificación de una posible situación de riesgo.

Al tomar estas precauciones y promover un uso seguro y responsable, se puede ayudar a proteger a los menores de los riesgos asociados con la divulgación de información personal y el consumo de contenido inapropiado en TikTok y otras plataformas (ver Figura 23).

Figura 23

Resumen de las pautas para las familias



Fuente. Elaboración propia

8. Limitaciones del estudio y futuras líneas de investigación

8.1 Limitaciones del estudio

Al realizar un estudio sobre el análisis del contenido que suben los menores a TikTok, es importante tener en cuenta algunas limitaciones que podrían afectar la validez y la generalización de los resultados. Por ello, respecto a este TFM, cabe destacar las siguientes limitaciones:

- a) Esta investigación se realiza en el marco de un TFM, por lo tanto, establece limitaciones tanto temporales, como de su extensión.
- b) La selección de la muestra puede no ser representativa.
- c) TikTok es una plataforma dinámica en constante evolución, en la que las tendencias y el contenido pueden cambiar rápidamente. Un estudio realizado en un momento concreto puede no reflejar adecuadamente los cambios posteriores en el contenido generado por los menores de edad en la plataforma.
- d) La muestra seleccionada consta de perfiles públicos únicamente por lo que no permite generalizar que estos resultados se den de la misma manera en todos los perfiles de los jóvenes.

8.2 Futuras líneas de investigación

A partir de la temática de este TFM se abren una gran variedad de posibles futuras líneas de investigación. Por una parte, se puede continuar con esta misma línea de investigación, pero teniendo en cuenta la necesidad de superar las limitaciones señaladas en el apartado anterior como ampliar la muestra seleccionada a perfiles privados.

Por otra parte, se pueden abrir nuevas líneas de investigación en las que se concreten los posibles riesgos y la manera de evitarlos por parte de las familias, así como, examinar las políticas y regulaciones existentes relacionadas con la protección de los menores en plataformas como TikTok.

Otros aspectos que derivan de esta investigación y en los que se puede profundizar son las temáticas más frecuentes en los vídeos que suben los menores a TikTok y el análisis de cómo estas tendencias pueden influir en su comportamiento, actitudes y percepciones.

9. Listado de referencias

- Arab, E. y Díaz, A. (2015). Impacto de las redes sociales e Internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26 (1) 7-13. <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0716864015000048?token=CA2CE455F37637F69041F4C68012C51D330D1C60BE028556950B41D85001E5E79D0EDCB06BB7E6FF43879705364CBE69&originRegion=eu-west-1&originCreation=20220509155055>
- Bisbal, C. (22 de marzo de 2021). ¿Es peligroso que los niños y adolescentes usen TikTok?. *El País*. <https://elpais.com/mamas-papas/2021-03-22/se-que-mi-hijo-tiene-una-cuenta-de-tiktok-deberia-preocuparme.html>
- Burgueño, P. (2 de marzo de 2009). Clasificación de redes sociales. *Pablo F. Burgueño*. Consultado el 5 de mayo de 2022 en <http://www.pabloburgueno.com/2009/03/clasificacion-de-redes-sociales/>
- Candale, C. V. (2017). Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram. *Colindancias-Revista de La Red de Hispanistas de Europa Central*, (8), 201-220.
- Celaya, J. (2011). *La empresa en la Web 2.0: el impacto de las redes sociales y las nuevas formas comunicación en la estrategia empresarial*. Gestión 2000.
- Contreras, I. (1996). La investigación en el aula en el marco de la investigación cualitativa en educación: una reflexión acerca de sus retos y posibilidades. *Revista Educación*, 20(1), 109-125.
- Corbella Ruiz, M & De Juanas Olvida, A. (2013). Redes sociales, identidad y adolescencia: nuevos retos educativos para la familia. *Estudio sobre Educación*, 25, 95-113.
- Cuesta, L. (2020, 17 de junio). El coronavirus se propaga en Tik Tok para hacernos el aislamiento más liviano. *The Objective*. Recuperado de: <https://cutt.ly/TfF9493>
- Del Prete, A. y Redon, S. (2020). Las redes sociales on-line: espacios de socialización y definición de la identidad. *Psicoperspectivas*, 9(1). https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-69242020000100086&script=sci_arttext&tlng=e
- Díaz, M. (2015, agosto). Importancia de las redes sociales en la educación. [en línea], Disponible en: <http://medicinapreventivavn.blogspot.com/2015/08/importancia-de-las-redes-sociales-en-la.html> [2016, 5 de diciembre].
- Essalhi, A., & Pinedo, R. (2023). “#EspañaInvadida”. Desinformación y discursos de odio hacia los refugiados en Twitter: un reto para el pensamiento crítico. *Profesional de La Información*.

- Fernández, F. R. (2021). Menores de edad, integración social y entorno digital: Garantías y derechos en la sociedad de las nuevas tecnologías de la información y comunicación. *Infancia y adolescencia*, (11), 121-121.
- Foraster, L. (15 de junio de 2023). Uno de cada 20 adolescentes asegura haber intentado suicidarse. *El País*. https://elpais.com/sociedad/2023-06-15/uno-de-cada-20-adolescentes-asegura-haber-intentado-suicidarse.html?rel=buscador_noticias
- García, E., & Heredia, N. (2017). Emociones y redes sociales en adolescentes Emotions and social networks in teenagers. *Revista de estudios e investigación en psicología y educación* issn: 2386-7418, 2017, vol. extr., no. 13
- García, L. (2022). *Las redes sociales en el aula de primaria. El ejemplo de tik tok*. [Trabajo Fin de Grado, Universidad de Valladolid]. Repositorio institucional de la Universidad de Valladolid <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/58614>
- Garrigós, I., Mazón, José., Saquete, Estela., Puchol, Marcel., Moreda, Paloma. (2010). La influencia de las redes sociales en el aprendizaje colaborativo. [en línea]. Disponible en: <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/11859/p67.pdf> [2016, 3 de enero].
- Gómez-Núñez, M.I., Cano-Muñoz, M.A. y Torregosa, M.S. (2020). Manual para investigar en educación. Guía para orientadores y docentes indagadores. Narcea.
- González, P. (2014). Las redes sociales: su influencia en la sociedad actual. España: Versión Kindle.
- López Berlanga, M.C. y Sánchez Romero, C. (2019). La interacción y convivencia digital de los estudiantes en las redes sociales. *Revista de Educación Inclusiva*, 12(2), 114-130.
- Martín, M.(2016). Cambios psicosociales en los adolescentes actuales. Incidencia del uso de las redes sociales. [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. <https://eprints.ucm.es/37737/>.
- Martínez-Guerrero, C. A. (2018). Uso de redes sociales en las revistas científicas de la Universidad de Los Andes, Venezuela. *E-Ciencias de la Información*, 8(1), 32- 52. doi: <https://dx.doi.org/10.15517/eci.v8i1.28104>
- Palmer, J. (2017). *Seguridad y riesgos: Cyberbullying, sexting y grooming* [TFM]. MISTIC. <https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/67105/6/fpalmerpTFM0617memoria.pdf>
- Raffino, M. (2020). Redes Sociales - Qué son, tipos, ejemplos, ventajas y riesgos. <https://concepto.de/redes-sociales/>
- Rial, Antonio; Gómez, Patricia; Isorna, Manuel; Araujo, Manuel y Varela, Jesús. 2015. EUPI-a: Escala de Uso Problemático de Internet en adolescentes. Desarrollo y validación psicométrica. *Adicciones*, 27(1): 47-63

- Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. In *Mc Graw Hill* (Vol. 1, Issue Mexico).
- San Martín, D. (2014). Revista Electrónica de Investigación Educativa Teoría fundamentada y Atlas.ti: recursos metodológicos para la investigación educativa Research. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 16(1), 104– 122.
- Santos, D. (2022, 10 de septiembre). Qué es TikTok: cómo funciona y por qué unirte en 2022 [Blog]. *Hubspot*. Recuperado de: <https://cutt.ly/SfF3Fs3>
- Strauss, A., & Corbin, J. (2002). Codificación abierta y Codificación axial. In *Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*.
- Unicef (2021) impacto de la tecnología en la adolescencia. Relaciones, riesgos y oportunidades. Un estudio comprensivo e inclusivo hacia el uso saludable de las tric. Isbn: 978-84-124058-0-4