

Conozca el secreto del éxito de TikTok y cuáles son las cuentas más populares del mundo



En el 2016 la plataforma de origen chino, **TikTok**, fue lanzada al público, teniendo gran éxito en la región asiática. No obstante, fue hasta el 2020, año en que la **pandemia por covid-19** llegó a todo el mundo, cuando alcanzó su verdadera cúspide.

En cuestión de meses se volvió una de las **redes sociales** más usadas por los **jóvenes**, ocupando un espacio en el top cinco con Facebook, YouTube, WhatsApp e Instagram, por delante de Snapchat, Telegram, Twitter y Pinterest.

Por qué de hizo tan exitosa fuera de China

Desde sus inicios fue popular, sin embargo, solo había llegado a países asiáticos como Japón, Indonesia y Malasia. Según la plataforma **OBERLO**, en febrero de 2019 tenía mil millones de usuarios.

En diciembre del 2019 el virus SARS-CoV-2 estaba por surgir al mundo, siendo Wuhan, China, el primer lugar en ser detectado formalmente. En coincidencia, TikTok tuvo un

graban en Bilbao un vídeo para la red social TikTo (Foto: EFE/LUIS TEJIDO)

Es decir, con su popularidad en los primeros tres años de vida alcanzó mil millones de descargas, pero **en un periodo de un año duplicó sus usuarios**. Fue en ese mismo año cuando el COVID-19 se trasladó de China al resto del mundo.

El auge de la **plataforma enfocada al entretenimiento** traspasó fronteras rápidamente y en marzo del 2021, fue la aplicación más descargada en la App Store con 33 millones. Es de destacar que pese a estar dentro del top de redes sociales no pertenece a Facebook.

En ese sentido Luis Ángel Hurtado Razo, investigador de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS) de la Universidad Nacional Autónoma de México (**UNAM**), reveló en su estudio "*Cómo usan TikTok los mexicanos*" que **en el 2020, esta plataforma fue una válvula de escape, sobre todo para los jóvenes**, porque tanto las redes sociales como los medios tradicionales (prensa, radio y televisión) sólo hablaban de la pandemia. "TikTok sirvió para que las juventudes se olvidaran de toda la tragedia (muertes por la COVID-19 y riesgo de infección por el SARS-CoV-2) y la crisis económica que les había arrebatado su vida cotidiana en México y en el mundo."Tiktok sirvió a los jóvenes (Foto: UNAM)

Señaló que en **TikTok la juventud encontró un refugio** en donde podían divertirse con gente de su edad, pues a diferencia de otras como Instagram, ésta no es sobre estilo de vida sino de entretenimiento. En ese sentido los usuarios que más la usan son universitarios y preparatorianos, quienes perdieron su libertad de ir a la escuela y convivir con sus amigos.

De acuerdo a las estadísticas, el 42% de los usuarios tiene entre 16 y 24 años de edad. Esto también tiene que ver que sus creadores definieron a menores de 18 años al definir su mercado meta.

A nivel mundial, **los tiktokers con más seguidores** son Charli D'Amelio con más de 129 millones de seguidores, Khabane Lame con más de 120 millones y Addison Rae con casi 86 millones. Todos son jóvenes que suben videos bailando o mostrando cosas de su

personalidad.

(Foto: TikTok)

Usuarios como mercancía

Otra cara oculta de esta y otras redes sociales “gratuitas”, como las del consorcio Meta, es la **venta de información de los usuarios a empresas**, principalmente de marketing.

Si bien no tienen un costo para acceder a ellas y suscribirse, el precio oculto son los datos personales que recolecta la plataforma durante las interacciones.

Hurtado Razo aseguró que cuando un usuario dedica tiempo a la plataforma, da un *like* a un video, se vuelve seguidor de algo o alguien, si comenta, descarga o comparte video, queda registrado en TikTok, quien más tarde vende toda esa información a las marcas que se anuncian en su plataforma, convirtiendo al usuario en mercancía.

Fuente: Infobae