

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

22/11/2021



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 auge tremendo hasta llegar a los 2 mil millones de descargas en ese periodo.

✘ Dos jóvenes 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