

Investigan si TikTok causa daños en la mente de los adolescentes



TikTok es la red social favorita de los adolescentes en estos momentos. Según los datos, aproximadamente el 50% de la audiencia global de TikTok tiene menos de 34 años, y el 32,5% tiene entre 10 y 19 años. El 41% de los usuarios de TikTok tiene entre 16 y 24 años. Los usuarios de TikTok pasan una media de 52 minutos al día en la aplicación, según datos recopilados por Omnicore.

¿Qué efecto tiene sobre las mentes de los más jóvenes? Para determinar eso un grupo de fiscales de Estados Unidos ha iniciado una investigación para conocer el supuesto daño que TikTok infringe sobre la salud psicológica de los adolescentes, según informa CNBC.

El algoritmo de TikTok determina el contenido que ven los usuarios, y ha demostrado ser notablemente eficaz a la hora de mantener a los usuarios en la aplicación. La investigación se centrará en «los métodos y las técnicas» que utiliza TikTok para «aumentar la participación de los usuarios jóvenes, incluido el aumento de la duración del tiempo que pasan en la plataforma».

TikTok ha luchado en el pasado para satisfacer las necesidades de sus usuarios más jóvenes: tuvo que pagar 5,7 millones de dólares a la FTC en 2019 para resolver las acusaciones de que su predecesor, Musical.ly, no obtuvo el permiso adecuado de los padres de los niños pequeños que se registraron para usar la aplicación.

El acuerdo también exigía a TikTok que limitara estrictamente la forma en que los usuarios menores de 13 años podían interactuar con el contenido de la app.

Recientemente, algunos investigadores han dado la voz de alarma por la escasez de estudios sobre las posibles repercusiones de TikTok en la salud, a pesar de su enorme número de usuarios.

La investigación podría tener un impacto más allá de TikTok. Otras empresas de redes sociales como Meta y Snapchat han tomado ejemplo de la plataforma de videos cortos a la hora de diseñar nuevas funciones o discutir el futuro de las aplicaciones.

Y es que estas empresas también apuestan por estos contenidos de corta duración. Se debe a que las investigaciones revelan que los adolescentes pasaban más del doble de tiempo en TikTok que en Instagram, y un informe estimó que los usuarios estadounidenses de Android pasaban más tiempo viendo TikToks que vídeos de YouTube.

Fuente: Ámbito