

# SALUD MENTAL EN TIK TOK: UNA EXAMINACIÓN PROFUNDA AL CONTENIDO

[✨ Eva ✨ \(@eva\\_ngelion \) | TikTok](#)

## Sara Anguera Almaraz

**RESUMEN:** En esta investigación se busca examinar en profundidad la influencia de una cuenta de TikTok centrada en la salud mental. A través de un estudio y planificación de contenido, se busca comprender cómo las redes sociales como TikTok pueden desempeñar un papel significativo en la promoción de contenido de salud mental y en el apoyo emocional.

**PALABRAS CLAVE:** TikTok, Salud Mental, Depresión, Ansiedad, Psicología

Trabajo de Fin de Grado - Curso 2023-2024

Convocatoria: Junio

Tutor: Prof. Lizette Martínez Valerio

Grado: Comunicación Audiovisual

Campus de Fuenlabrada / Madrid

Universidad Rey Juan Carlos

## ÍNDICE

|  |    |
|--|----|
| 1. INTRODUCCIÓN .....  | 3  |
| 1.1. Justificación .....   | 4  |
| 1.2. Objetivos .....   | 4  |
| 2. MARCO TEÓRICO .....   | 5  |
| 2.1. Redes sociales y su historia .....                              | 5  |
| 2.2. El caso de TikTok .....   | 12 |
| 2.2.1. Características de TikTok .....                               | 15 |
| 2.2.2. Datos de consumo de TikTok .....                              | 18 |
| 2.3. Historia de la salud mental en los medios de comunicación ..... | 24 |
| 2.4. Historia de la salud mental en las redes sociales .....         | 28 |
| 3. PLANIFICACIÓN .....   | 31 |
| 3.1. Planificación del contenido .....                               | 32 |
| 3.2. Censura .....   | 42 |
| 4. CONCLUSIONES .....  | 44 |
| 5. BIBLIOGRAFÍA .....  | 47 |

## 1. INTRODUCCIÓN

En la era actual, marcada por los avances tecnológicos vertiginosos, las redes sociales se han convertido en un fenómeno global dinámico y omnipresente que ha cambiado la forma en la que las personas interactúan entre sí y con el mundo que las rodea, independientemente de su edad, género o procedencia. La convergencia de diversos medios de comunicación, el surgimiento de plataformas de redes sociales y la expansión de la conectividad digital han dado lugar a una revolución en la forma en que se transmite, consume y percibe la información.

Este trabajo de final de carrera se adentra en el fascinante universo de las nuevas formas de comunicación, explorando su impacto en la sociedad contemporánea y analizando cómo los medios digitales y las redes sociales han llegado a ser protagonistas indiscutibles en la construcción de la realidad social. A su vez, este trabajo se adentra en observar, analizar y lograr comprender cómo las redes sociales pueden llegar a afectar a la salud mental de la población. Además, la investigación indaga en cómo se puede llegar a crear contenido en las redes sociales para la población, en concreto, en la divulgación de información sobre la salud mental para concienciar a gente de todas las edades de las realidades de estos problemas y sus consecuencias en la realidad.

Por último, el trabajo se centra en la creación de una cuenta en la red social de TikTok en el cual se publican una diversidad de videos y contenido sobre múltiples cuestiones relacionadas con la salud mental como, por ejemplo, temas relacionados con la depresión, la ansiedad, la prevención contra el suicidio... También en este trabajo se tendrán en cuenta las formas de marketing digital que se pueden usar en las redes sociales, aunque más específicamente en la red social de TikTok, para hacer que ese contenido llegue a la mayor cantidad de gente posible, haciendo que cada vez más gente esté consciente de estos problemas.

## **1.1. Justificación**

En cuanto al porqué se ha decidido que el tema principal de este trabajo sea la salud mental, el motivo principal es el aumento de estas enfermedades y trastornos en toda la población, aunque más concretamente el aumento de estas enfermedades en la población más joven, además de la gran cantidad de desinformación sobre estos temas en las redes sociales.

Por otro lado, en cuanto al porqué la parte práctica de este trabajo se centra especialmente en la creación de una cuenta en la red social de Tik Tok, esto se debe a que esta red social es la más utilizada por los jóvenes de hoy en día, como, por ejemplo, la Generación Z y la Generación Alpha, los cuales son los más afectados por esta problemática y los que más necesitan conocer información sobre la salud mental. Además, el uso de la red social Tik Tok es bastante acertado debido a la facilidad de la creación de contenido de esta página y, a su vez, la facilidad de llegar a una gran cantidad de audiencia y hacerse viral respecto a otras redes sociales que también utilizan los jóvenes.

## **1.2. Objetivos**

El objetivo general de este trabajo es crear una cuenta en Tiktok y crear contenido para comunicar experiencias de salud mental

Los objetivos específicos de este trabajo son:

- Concienciar sobre las enfermedades y trastornos mentales como la depresión, ansiedad, trastorno obsesivo compulsivo...
- Concienciar con los problemas de la romantización de las enfermedades mentales
- Divulgar información sobre la salud mental desconocida y que pueda ayudar a las personas

## **2. MARCO TEÓRICO**

En el marco teórico se va a indagar e investigar sobre dos temas principales. En primer lugar, se investigará sobre el inicio de las redes sociales y su historia, aunque también se hará hincapié en las redes sociales que más utilizan los jóvenes hoy en día. A su vez, se profundizará en conocer cómo los medios de comunicación más tradicionales han tratado estos temas y cómo se ha divulgado información sobre la salud mental en estos medios. En especial, se investigará sobre las formas de divulgación de esta información tanto en libros, revistas, periódicos, programas de televisión u otros medios de comunicación más modernos como el cine, antes de la creación de las redes sociales.

Por otro lado, la segunda parte de este marco teórico se enfocará en entender cómo se han tratado los temas relacionados con la salud mental en otro tipo de redes sociales, como, por ejemplo, YouTube, Instagram... Y, en último caso, se investigará sobre la red social TikTok, su inicio como red social como la aplicación “Duoyin” en China, su promoción en el resto del mundo y su posible uso como herramienta de difusión de información, en especial, con la divulgación de información relacionada con la salud mental y como referencia con estos temas. Seguidamente, también se indagará en las características principales de esta aplicación, por qué los jóvenes se sienten tan atraídos por ella y su implicación en la salud mental de los jóvenes. Por último, también se realizará un estudio de los datos de consumo y datos sobre los consumidores de este tipo de contenido en la red social TikTok.

### **2.1. Redes sociales y su historia**

La historia y evolución de las redes sociales comienza principalmente en los primeros días de la creación del internet y de la propia informática, yendo de la mano con la creación de las redes sociales.

Los orígenes del internet se remontan al contexto de la Guerra Fría, en el año 1969, cuando el gobierno de los Estados Unidos empezó a impulsar la creación de la Red de la Agencia para los Proyectos de Investigación Avanzada (ARPANET) (Sain, 2015). Esta red en sus inicios tenía un propósito meramente militar, ya que el objetivo principal de su creación fue el que ante un ataque ruso las tropas militares se pudiesen comunicar desde cualquier punto del país. Desde entonces, internet ha experimentado una evolución constante y ha llegado a convertirse en una herramienta obligatoria para la comunicación, la información y la economía a nivel mundial (Flores, Morán y Rodríguez, 2009).

Siguiendo las palabras de con Boyd y Ellison en su libro *Social network sites: Definition, history, and scholarship* (2007): “Una red social se define como un servicio que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión”.

Por otro lado, según la página de Wikipedia: “Las redes sociales son una estructura social que se puede representar en forma de uno o varios grafos, en los cuales, los nodos representan a individuos (a veces denominados actores) y las aristas, relaciones entre ellos. Las relaciones pueden ser de distinto tipo, como intercambios financieros, amistad, relaciones sexuales o rutas aéreas. También es el medio de interacción de distintas personas, como por ejemplo, juegos en línea, chats, foros, spaces, etc” (Colaboradores de Wikipedia, 2024).

Siguiendo esta definición, en cuanto a la creación de lo que conocemos hoy en día como “redes sociales” empezó a surgir en la década de los años 1970. En especial, los predecesores de las redes sociales fueron Arpanet y CompuServe, entre los años 70 y 80 (Sain, 2015).

Arpanet fue la precursora de internet, que permitía la comunicación entre investigadores y académicos. Aunque esta no era una red social en sí misma,

sentó las bases para la interconexión y el intercambio de información que más tarde sería esencial para las redes sociales. Por otro lado, ya en los años 80, CompuServe lanzó el primer servicio comercial de correo electrónico y foros en línea, que sentaron las bases para la interacción social en línea y también para los correos o “email” que conocemos hoy en día (Boyd y Ellison, 2007).

En cuanto a la primera red social como tal, siguiendo la definición anteriormente mencionada, la primera red social sería conocida como Six Degrees y sería lanzada en 1997. Esta red social permitía a los usuarios crear perfiles y listar amigos. Además, esta conectaba a estos usuarios con esos amigos y, a su vez, conectaba a ese usuario con los amigos de sus amigos. Esta red fue nombrada así por la teoría de los seis grados de separación (BBC News Mundo, 2019).

La teoría de los seis grados de separación fue acuñada por el académico estadounidense Stanley Milgram en los años 60, luego de realizar experimentos en los que le pedía a la gente que le hiciera llegar una carta a alguien que sólo conociera por el nombre, dando en conclusión que todos los humanos estamos a seis personas máximo de una persona.

Aunque primeramente esta red social se creó con el objetivo de ayudar a desarrollar los perfiles profesionales de sus usuarios, esta aplicación cerró en 2001 debido a dificultades financieras.

Por otro lado, otra de las primeras redes sociales fue Friendster, la cual fue creada en 2002. Esta fue una de las primeras redes sociales en alcanzar popularidad masiva. Permitía a los usuarios conectarse con amigos, enviar mensajes y compartir contenido. Aunque fue pionera, su crecimiento se vio obstaculizado por problemas técnicos y de gestión.

Aún así, la primera red social que sería de uso masivo, en especial entre los jóvenes de la época y la comunidad musical, fue MySpace. Esta red social sería creada por Thomas Anderson, un empresario estadounidense, el cual fue el

principal asesor estratégico de la empresa, junto con Chris DeWolfe, el cual se convertiría en el director ejecutivo. Esta red permitía a los usuarios personalizar sus perfiles con música, imágenes y texto, y conectarse con amigos (Colaboradores de Wikipedia, 2024).

El declive de MySpace comenzó durante los primeros meses de 2006, principalmente en Latinoamérica, y puede ser explicado por dos factores clave. El primero fue la irrupción de otras redes sociales novedosas que conectaron de manera más efectiva con las necesidades del público, como Facebook, Instagram o Twitter. El segundo factor fue la gran pérdida masiva de contenido que sufrió la plataforma a partir del año 2015. Al haberse convertido la red en un repositorio de contenido en lugar de una red de contactos, los usuarios comenzaron a utilizarla como una biblioteca o almacén para sus archivos. Sin embargo, un fallo en los servidores provocó la pérdida total de toda la información. Más de 50 millones de canciones y 12 años de contenido se perdieron permanentemente. En abril de 2019, Internet Archive recuperó 490,000 MP3 (1.3 terabytes) "utilizando medios desconocidos por un estudio académico anónimo realizado entre 2008 y 2010". Estas canciones, que se cargaron entre 2008 y 2010, se conocen colectivamente como MySpace Dragon Hoard (iSolated, 2022).

Pese a su gran valor histórico por haber llegado a convertirse en una de las principales redes sociales, además del lugar de encuentro e intercambio cultural de una generación, actualmente la importancia de Myspace a nivel global es mínima. En la plataforma prácticamente ya no quedan usuarios, aunque sus datos todavía permanecen en la red.

Por otro lado, una de las redes sociales más usadas hasta el día de hoy y que también sería una de las precursoras es Facebook. Esta sería creada en el año 2004 por Mark Zuckerberg y sus compañeros de habitación de la Universidad de Harvard (Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz y Chris



Hughes), los cuales lanzaron Facebook como una plataforma exclusiva para estudiantes de su propia universidad. Aún así, pronto se expandió a otras universidades y luego al público en general. Facebook revolucionó las redes sociales al enfocarse en identidades reales, conectar personas con sus redes existentes y ofrecer una amplia gama de funciones, incluso hoy en día también sigue siendo una de las redes más usadas entre la población (Rodríguez, 2018).

Otra de las plataformas relevantes, aunque no considerada tanto como red social actualmente, aunque tenga las características de una, es YouTube. Este es un sitio web especialmente dedicado a compartir vídeos. A su vez, esta plataforma presenta una variedad de clips de películas, programas de televisión y vídeos musicales, así como contenidos amateur como videoblogs y YouTube Gaming.

YouTube fue creada por tres antiguos empleados de PayPal en febrero de 2005, los cuales se llamaban Jawed Karim, Steve Chen y Chad Hurley en febrero de 2005 en San Mateo (California). Estos se conocieron cuando trabajaban en Paypal, Hurley y Chen como ingenieros. Por otro lado, en octubre de 2006 fue adquirido por Google, LLC. a cambio de 1658 millones de dólares y ahora opera como una de sus filiales (Seara, 2023).

Twitter sería otra de las redes que aparecen en estos momentos. Twitter, actualmente conocida como X debido a la compra realizada por Elon Musk, fue creada en marzo de 2006 por Jack Dorsey y lanzada en julio de ese mismo año. Se estima que cuenta con más de 500 millones de usuarios actualmente. Es importante destacar que Twitter o X surgió como una plataforma de microblogging que permitía a los usuarios publicar actualizaciones de estado de hasta 140 caracteres, llamadas "tweets". Se convirtió en un importante medio de comunicación en tiempo real y una herramienta para compartir noticias y opiniones (Carlson, 2022).

Otra de las redes sociales que tiene mucha prevalencia en especial entre los jóvenes de hoy en día y que marcó un antes y un después desde su creación fue Instagram. Aunque esta red actualmente forma parte de las aplicaciones de Meta, el conglomerado estadounidense de aplicaciones y redes sociales creado por Mark Zuckerberg en 2012, fue creada por Kevin Systrom y Mike Krieger y lanzada el 6 de octubre de 2010. Rápidamente alcanzó gran popularidad, especialmente entre los jóvenes, llegando a tener más de 100 millones de usuarios activos en abril de 2012 y más de 300 millones en diciembre de 2014, aunque hoy en día ya cuenta con más de 2.000 millones de usuarios activos diariamente en su plataforma, según los datos de 2023 publicados por la propia compañía (Carlson, 2022).

Uno de los motivos por los que esta red social alcanzó tan rápido la popularidad entre los jóvenes es que Instagram se lanzó como una plataforma para compartir fotos y vídeos, con énfasis en filtros visuales y la comunidad. Esto hizo que muchas de las aplicaciones del momento comenzasen a utilizar los mismos tipos de filtros y seguir los formatos de fotografía que tenía esta aplicación e incluso llegó a crear tribus urbanas como el movimiento “Hipster”, tribu que influiría a los jóvenes de la generación Millennial.

Otra de las redes sociales que marcaron especialmente a los formatos de creación de contenido en las redes sociales es Snapchat, creada por Evan Spiegel, Bobby Murphy y Reggie Brown cuando eran estudiantes de la Universidad de Stanford (Estados Unidos) en 2011. Esta aplicación destaca bastante por su formato en donde los usuarios podían publicar fotos o vídeos en la red los cuales duraban únicamente 24 horas y luego eran borrados. Esto marcó bastante al resto de redes sociales, las cuales comenzaron a copiar el formato. Por ejemplo, Instagram, Facebook o incluso otras redes sociales como YouTube implementaron este formato de “historias” en sus aplicaciones (Matesanz, 2021).

También ha introducido cambios de formatos la red social Twitch. Sobre la historia de esta aplicación, esta comenzaría cuando Justin.tv fue lanzado en 2007 por Justin Kan y Emmet Shear. La plataforma se originó para crear distintos tipos de contenido, sin embargo, la categoría de videojuegos experimentó un crecimiento especialmente rápido y se convirtió en el contenido más popular del sitio. En junio de 2011, la empresa decidió separar el contenido de juegos bajo el nombre de TwitchTV, inspirado en el término "twitch gameplay". Twitch se lanzó oficialmente en fase beta pública el 6 de junio de 2011. Desde entonces, ha atraído a más de 35 millones de visitantes únicos al mes. En junio de 2013, Twitch contaba con aproximadamente 80 empleados, cifra que aumentó a 100 en diciembre de ese mismo año. La sede de la empresa se encontraba en el distrito financiero de San Francisco (Gómez, 2019).

En cuanto a las características de esta red social, es importante remarcar que Twitch tiene un formato diferente al resto de redes sociales ya que en esta prima que el contenido está totalmente en directo. Aunque sí que es cierto que otras redes como Instagram, Facebook, Snapchat o YouTube tienen también este tipo de formato, Twitch destaca principalmente por este y, también, fue una de las que marcó tendencias y popularizó este tipo de contenido.

Por último, quedaría mencionar la historia de TikTok, aunque sobre esta red social se explicará mucho más a fondo su historia en el siguiente punto. TikTok es otra de las redes sociales que ha marcado más a las nuevas generaciones, en especial, a las generaciones Z y a la Alpha. Fue creada por la empresa china ByteDance y se lanzó en septiembre de 2016 en China bajo el nombre "Douyin." En sus primeras etapas, Douyin se centraba en la creación y compartición de vídeos cortos, típicamente de 15 segundos de duración. La aplicación permitía a los usuarios agregar música y efectos especiales a sus vídeos (Colaboradores de Wikipedia, 2024).

En los últimos tiempos también ha habido otras redes sociales que se han popularizado entre los jóvenes, como, por ejemplo, BeReal, en la cual se prioriza el contenido “real” debido a su formato. En concreto, esta aplicación manda notificaciones a sus usuarios y estos rápidamente tienen que subir una publicación de lo que están haciendo en este momento, lo cual le otorgó a esta aplicación un sentido de realismo.

Estos son solo algunos hitos importantes en la historia de las redes sociales. Desde entonces, ha habido una proliferación de plataformas sociales que abarcan una amplia gama de funciones y audiencias. La historia de las redes sociales es una historia de evolución constante, innovación tecnológica y cambio cultural.

## **2.2. El caso de TikTok**

TikTok tiene su propia historia y una serie de características que la hacen única y la favorita de los jóvenes, por lo que, debido a que este trabajo se dedica principalmente a una cuenta en esta aplicación es importante investigar la historia de esta y las propias características que la hacen destacar frente al resto de redes sociales.

TikTok es una de las redes sociales que ha experimentado un rápido ascenso a la fama desde su lanzamiento, en especial entre las generaciones más jóvenes actuales, como la generación Z o la generación Alpha. Aunque su popularidad no solo se centra entre la gente más joven, sino que tantos adultos como jóvenes la usan diariamente. En la actualidad, esta red cuenta con 1.218 millones de usuarios.

En cuanto a su historia, fue creada por la empresa china ByteDance y lanzada en septiembre de 2016 en China bajo el nombre "Douyin" (en China la aplicación sigue siendo publicitada con este nombre). En las primeras etapas, Douyin se centraba en la creación y el compartir vídeos cortos, que en sus primeros

momentos tenían una duración entre 5 y 15 segundos. A su vez, la aplicación permitía a los usuarios agregar música y efectos especiales a sus vídeos, siguiendo el ejemplo de algunas aplicaciones anteriores que seguían este tipo de formato como Musically.

Posteriormente, llegaría a la comercialización la versión internacional de la aplicación, la cual sería conocida como TikTok. Esta aplicación sería lanzada en septiembre de 2017. Asimismo, la compañía ByteDance decidió adoptar una estrategia de expansión global y pronto comenzó a promocionar TikTok en mercados fuera de China. A su vez, en agosto de 2018, ByteDance tomó la decisión de fusionar las versiones china (Douyin) e internacional (TikTok) de la aplicación en un solo producto. Esta decisión unificó la marca TikTok en todo el mundo y contribuyó a su reconocimiento global (Bravo, 2023).

Por otro lado, el 9 de noviembre de 2017, ByteDance, la empresa madre de TikTok, invirtió hasta mil millones de dólares en la adquisición de la aplicación Musical.ly, una empresa emergente con sede en Shanghái y presencia en Santa Mónica, California. Musical.ly, una red social para vídeos cortos de sincronización de labios y comedia, nació en agosto de 2014 y era popular entre el público más joven, la cual tenía características bastante parecidas a la propia plataforma de TikTok. De esta forma, TikTok se fusionó con Musical.ly el 2 de agosto de 2018, creando así una comunidad de vídeo aún más amplia con la intención de capitalizar la audiencia juvenil de la plataforma digital en Estados Unidos (Colaboradores de Wikipedia, 2023).

Gracias a la compra de la red social de Musical.ly, TikTok experimentó un crecimiento exponencial en popularidad, especialmente entre la audiencia joven. Su enfoque en la simplicidad de la creación y edición de vídeos, junto con su énfasis en la música y el entretenimiento, atrajo a una base de usuarios cada vez más grande, los cuales también migraron desde Musical.ly gracias a la compra de esta por parte de ByteDance.

Una de las características que más atrajo a los jóvenes es que la aplicación permitió a los usuarios crear una amplia gama de contenido, incluyendo vídeos cómicos, coreografías de baile, tutoriales de maquillaje, parodias, retos virales, y más. Hay que destacar que la música desempeñó un papel importante dentro de TikTok, ya que los usuarios podrían sincronizar sus vídeos con canciones populares para crear su contenido.

Es importante remarcar que una de las características de esta red social es que fomenta la interacción social, ya que los usuarios pueden seguir a otros, dar "me gusta" a los vídeos, dejar comentarios y enviar mensajes directos a sus amigos, cosa que ayudó en gran parte a crear comunidades de diversos tipos de nichos dentro de la plataforma y que los usuarios puedan proseguir con una de las características principales, la interconectividad (Van Dijck, 2019).

Otro de los puntos fuertes de esta red social son los algoritmos. TikTok implementó un sofisticado algoritmo de recomendación que analiza el comportamiento del usuario y muestra contenido relevante en su *feed*. Esto ha contribuido a mantener a los usuarios comprometidos, ya que pueden explorar un flujo interminable de vídeos interesantes y que les llegue a entretener.

Por otro lado, hay que tener en cuenta que, en su momento, la plataforma introdujo diversas formas de monetización para los creadores, incluyendo donaciones, regalos virtuales y asociaciones con marcas. Esto permitió a algunos usuarios ganar dinero a través de la creación de contenido. Aunque hay que destacar que actualmente ya no cuenta con su "Creator Funds", el cual era un programa desarrollado para dar dinero a los creadores por las visitas que estos reúnan en sus vídeos. Aún así, a día de hoy TikTok cuenta con otras formas de conseguir dinero, por ejemplo, las donaciones en los vídeos o las asociaciones con las marcas.

En resumen, a medida que TikTok creció en popularidad, también enfrentó desafíos y controversias. Estos incluyen preocupaciones sobre la privacidad de datos, cuestiones de seguridad nacional y regulaciones en varios países. Estos temas llevaron a debates sobre la gestión de la seguridad y la propiedad de la empresa madre, ByteDance. Esto llegó a su punto más álgido en Estados Unidos, donde el Congreso estadounidense quiso obligar a la empresa ByteDance a la venta de su aplicación debido a que para ellos estos problemas de privacidad suponen un gran peligro sobre la privacidad y los datos de los usuarios estadounidenses.

### *2.2.1. Características de TikTok*

TikTok tiene una serie de características que le han hecho destacar y le han llevado a posicionarse como una de las principales aplicaciones entre la población joven. Así que para poder llegar a entender el por qué esta aplicación es tan popular entre los más jóvenes, es importante investigar las características de esta.

Una de las características principales de esta red social son los vídeos cortos. TikTok se centra en la creación y visualización de vídeos cortos, normalmente con una duración de 5 a 15 segundos, aunque en la aplicación también se pueden subir vídeos de uno hasta los 10 minutos. Independientemente de esto, los vídeos populares siguen siendo los de corta duración (Bravo, 2023). Esto se debe a que la aplicación está buscando ser la competencia directa con otras aplicaciones de vídeos como, por ejemplo, YouTube.

Otra de las características que hacen destacar a TikTok frente a otras redes es que esta proporciona acceso a una amplia biblioteca de música y sonidos que los usuarios pueden utilizar en sus vídeos. Esto permite la creación de vídeos sincronizados con música, lo que ha contribuido a su popularidad. Aunque hay que mencionar que esta biblioteca de música ha sido recortada debido a que

TikTok terminó su contrato con algunas disqueras las cuales le otorgaban permiso para poder usar la música de sus artistas en la página (Marcos, 2024).

También la ha hecho destacar entre las redes sociales para jóvenes los efectos especiales y la capacidad de edición que se puede encontrar dentro de la propia aplicación. TikTok ofrece una variedad de efectos especiales, filtros y herramientas de edición que los usuarios pueden aplicar a sus vídeos para hacerlos más atractivos y creativos. Estas funciones ayudan a poder crear contenido diverso sin la necesidad de saber utilizar herramientas de edición, cosa que en otras plataformas como YouTube suele ser muy importante en la creación de contenido. Esto hace que todo el mundo pueda llegar a ofrecer un contenido creativo e interesante sin necesitar saber usar otras herramientas.

Igual de importante, y que hemos mencionado anteriormente, es la fácil interacción social entre diversos usuarios de todas partes del mundo. Los usuarios pueden seguir a otros usuarios, dar "me gusta" a los vídeos, dejar comentarios y enviar mensajes directos. También pueden interactuar con otros usuarios a través de respuestas en vídeo y duetos, donde se graban vídeos en respuesta a otros. Además, unos meses atrás la red social introdujo la función de compartir vídeos en la aplicación haciendo que si se usa esa función todas las personas que sigan a una cuenta puedan ver ese vídeo compartido.

Por otra parte, el algoritmo de recomendación de TikTok funciona diferente que al de resto de redes. TikTok utiliza un algoritmo de recomendación poderoso que muestra a los usuarios contenido basado en sus intereses y comportamientos de navegación. Esto mantiene a los usuarios comprometidos y los mantiene viendo contenido relevante en su *feed*.

Las tendencias y retos que se llevan a cabo en esta red es otro de sus factores característicos. TikTok es conocida por sus desafíos virales y tendencias que vienen acompañadas por la música disponible en la aplicación. Los usuarios



pueden unirse a desafíos populares utilizando hashtags específicos y contribuir al contenido relacionado con las tendencias, cosa que es bastante popular entre los jóvenes y hace que más gente entre en la aplicación para completar los desafíos o llevar a cabo el “trend” actual.

La función "Para Ti" en TikTok muestra una selección de vídeos recomendados para el usuario en función de su historial de navegación y sus interacciones. Esto fomenta la exploración de nuevos contenidos y creadores. Además, con las últimas actualizaciones se ha añadido una nueva herramienta de contenidos que es la sección de “Explorar”, donde también se pueden encontrar contenidos de distintos creadores de la página, pero en vez de en formato de vídeo se pueden encontrar en formato de fotografía con varias fotos, lo que es llamado “formato carrusel” (Colaboradores de Wikipedia, 2023).

TikTok ha introducido opciones de monetización para los creadores, como regalos virtuales, asociaciones con marcas y programas de creadores. Esto permite a los usuarios ganar dinero a través de la plataforma, que, aunque es conocido que la monetización no suele dar muchas cantidades de dinero, sí que ayuda a empresas a encontrar distintos *influencers* con los que trabajar para conseguir promociones, haciendo que este sea una de las formas más rentables de hacer dinero dentro de la aplicación (Bravo, 2023).

En cuanto a privacidad, TikTok ofrece opciones y configuraciones de seguridad que permiten a los usuarios controlar quién puede ver su contenido y cómo interactúan con ellos. Además, contiene un control parental para que los padres puedan controlar el contenido al que acceden sus hijos y también qué tanto tiempo pasan dentro de la aplicación.

Por otra parte, los usuarios pueden compartir sus vídeos de TikTok en otras redes sociales, lo que ha contribuido a su viralidad en todo el mundo, independientemente de la nacionalidad de los usuarios. También, cuando un

vídeo logra hacerse viral, el compartirlo por redes sociales aumenta aún más su viralidad.

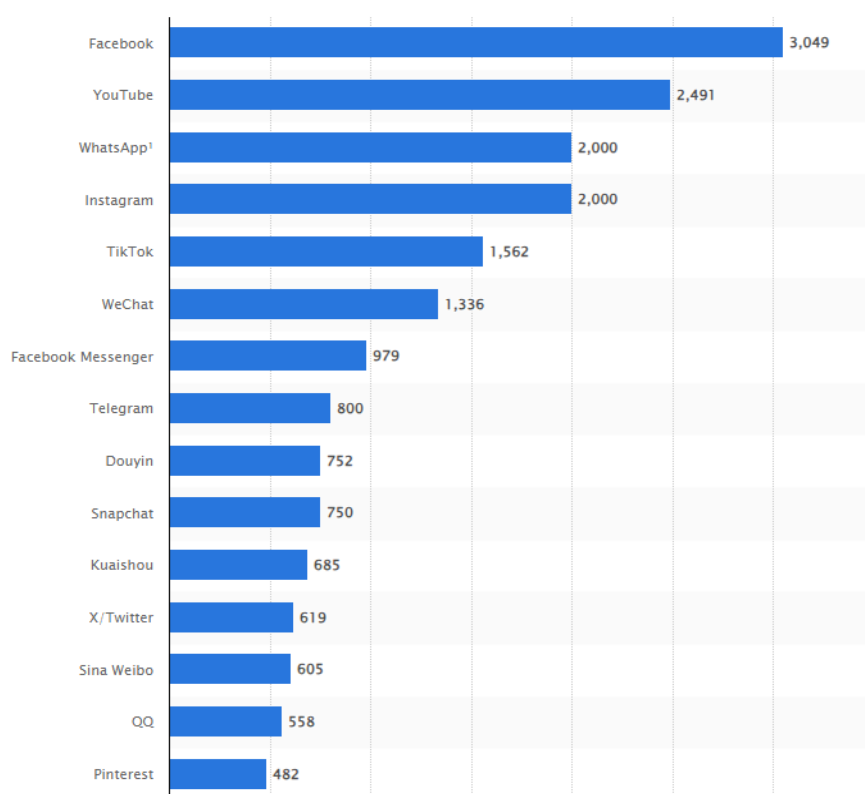
Además de la parte de entretenimiento, TikTok también se utiliza para compartir conocimientos y tutoriales en una amplia variedad de temas y también se pueden encontrar a múltiples expertos de ciertas áreas dando información y conocimientos desde la información económica como hasta la salud mental.

Por último, una de las principales características de esta plataforma es la cantidad de contenido diverso que se puede encontrar dentro de ella. La plataforma alberga una amplia gama de contenido, desde comedia y música hasta cocina, moda, belleza, viajes y mucho más.

En definitiva, TikTok es una red social que se destaca por su enfoque en vídeos cortos y su capacidad para fomentar la creatividad y la interacción social a través de una amplia gama de características y herramientas de edición.

#### *2.2.2. Datos de consumo de TikTok*

Uno de los primeros factores a tratar dentro de esta investigación es la cantidad de usuarios que hay en la propia aplicación de TikTok. En 2024 se registraron 1.562 millones de usuarios globales, aunque 1.200 millones fueron los usuarios mensuales que registró esta plataforma, según los datos de la página Statista (2024). Dividido por partes del mundo, Estados Unidos es una de las zonas con más cantidad de usuarios dentro de la aplicación, con 150 millones de usuarios activos actualmente, seguido por Indonesia, con más de 120 millones de usuarios y Brasil, con una cifra cercana a los 100 millones.

**Figura 1. Número de usuarios de cada red social (en millones)**

*Fuente: Biggest social media platforms 2024 | Statista (2024)*

En cuanto a las franjas de edades que más usan esta aplicación, nos encontramos con las personas de 18 a 24 años, los cuales alcanzan el 40% de los usuarios de la plataforma, con cerca de 419,9 millones (Statista, 20204). Otra de las generaciones que más usa esta plataforma son los millennials, los cuales ocupan el 22% (358,4 millones de usuarios), seguidos por los de la Generación X con un 21% y los Baby Boomers con un 6%, (60,1 millones de usuarios) (Influency, 2024).

Por géneros, TikTok es una red social que no diferencia tanto en cuanto a los géneros de sus usuarios. Debido a esto, el 46,6% de los usuarios son hombres, mientras que el 53,4% de los usuarios son mujeres (Statista, 2024). Por edades,

el rango con más mujeres es de 18-24 años (20,9% de mujeres frente al 17,5%), 25-34 (17% de mujeres frente al 15,5% de hombres), 35-44 (8,1% de mujeres y 7,5%) 45-54 (4,3% de mujeres y 3,7% de hombres) y +55 años (3,1% de mujeres y 2,4% de hombres) (Influency, 2024).

En cuanto a los motivos por los que la población se decide usar TikTok, el 46% de los usuarios lo hace para entretenerse. Solo el 15% la usan para mantenerse en contacto con amigos o familiares, cosa que destaca bastante debido a que en otras aplicaciones como Instagram, Facebook o Snapchat el 67% de los usuarios la usan con este propósito (Influency, 2024).

Seguidamente, el 26% de los encuestados por Influency afirma que usan esta plataforma para conocer nueva información o aprender algo nuevo. El 23% afirma que usa la aplicación para inspirarse o tener nuevas ideas, el 20% utiliza la plataforma para mantenerse actualizados en cuanto a las noticias de alrededor del mundo, el 23% la usa para mantenerse actualizado de la vida de sus *influencers* o famosos favoritos, el 21% para compartir sus fotos o vídeos, el 20% para mantenerse actualizado sobre la información de marcas o empresas que les interesan, y, por último, el 20% para enterarse de las nuevas tendencias o cosas que están a la moda (Influency, 2024).

Por otro lado, según algunas investigaciones como la realizada por Arcos Díez (2021), el 66% de las personas usa TikTok solo para consumir contenido y no para crearlo. Solo el 14% de los encuestados afirmó que también creaba contenido en esta plataforma a parte de consumir contenido. Dentro de los usuarios encuestados en esta investigación que afirmaron que también crea contenido, el 55% cuando no le dedican tiempo o esfuerzo, lo hacen por diversión. El 11,7% afirmó que crea contenido con más esfuerzo, aunque no es algo primordial. La mayoría abrumadora de aquellos que se dedican a crear contenido de manera más seria en TikTok (57,1%) lo hace únicamente por

diversión, mientras que un 23,6% tiene la esperanza de crecer como creador de contenido dentro de la aplicación.

El tiempo de consumo de una red social es algo que también es de suma importancia, especialmente para las personas especializadas en el marketing y las redes sociales. Este dato destaca bastante en TikTok, ya que es la aplicación en la que las personas más suelen emplear su tiempo libre, llegando a tener una media de tiempo de consumo de 55,8 minutos diarios en Estados Unidos (Influencity, 2024).

Este dato no se repite en otras redes sociales. En YouTube, los usuarios gastan una media de tiempo de 47,5 minutos; en Twitter, una media de 34,1 minutos; en Snapchat, 30,8 minutos; en Instagram, 30,6 minutos; en Facebook, 30,2 minutos; y en Reddit, 23,6 minutos (Influencity, 2024).

A su vez, TikTok es una de las aplicaciones que más se usa a la hora de publicitar empresas o productos, llegando a ser la aplicación favorita entre los *influencers*: el 55% de estos prefieren usar esta plataforma frente al resto. En el 2022, el valor estimado del marketing y la publicidad generado gracias a esta aplicación llegó a los 16.400 millones de dólares. Aún así, se espera que los datos de este valor en el año 2023 aumentan un 29%, lo que situaría a estos valores en 21.100 millones de dólares (Influencity, 2024).

En cuanto al tipo de cuentas que existe en TikTok, el que más existe es el de las cuentas personales frente al número de cuentas de empresas, según un estudio realizado por Metricool (Romero, 2024). Aunque un dato bastante relevante que arroja esta investigación es sobre el “*engagement*” que reciben las cuentas. Lo más relevante es que las cuentas de los *microinfluencers* (de 101 a 1.000 seguidores o de 501 a 1.000 visitas) son los que más *engagement* generan, llegando al 43,91%, mientras que los *nano influencers* (de 0 a 100 seguidores o personas con entre 0 a 500 visitas) llegan a 39,71%. Por su parte, los *influencers*

de tamaño medio (de 1.001 a 10.000 o de 1.001 a 5.000 visitas) llegan a +16,61%, los grandes (de 10.001 a 50.000 seguidores o de 5.001 visitas a 25.000) a 7,70% y los megainfluencers (más de 50.000 seguidores o más de 25.000 visitas) a 6,15% (Romero, 2024).

Otra de las cosas a las que hay que prestar especial atención es la duración de los vídeos más vistos dentro de la plataforma. TikTok es una plataforma que se hizo muy famosa gracias a los formatos de vídeos cortos que tenían una duración de entre 5 a 15 segundos, pero desde los dos últimos años la aplicación ha introducido vídeos de larga duración, ofreciendo la opción de vídeos de 1 minuto hasta 10 minutos, aunque algunas fuentes piensan que incluso la aplicación está viendo introducir vídeos de mayor duración.

En cuanto a qué vídeos se hacen más virales o consiguen más visitas dependiendo de la duración de los vídeos, los que más visitas reciben son aquellos vídeos que cuentan con una duración superior a 54 segundos. Además, según el estudio de Metricool, la red social ha registrado un incremento en la duración de los vídeos que alcanzan más número de visualizaciones, llegando a aumentar la media de los vídeos virales en 12,2 segundos desde los 41,8 segundos en 2022, llegando hasta los 55 segundos aproximadamente de media en los vídeos más virales (Romero, 2024).

En cuanto al tipo de contenido, el creado más frecuentemente son los desafíos (67,5%). Sin embargo, en este caso, el segundo tipo de contenido más popular es diferente, representando un 15%, mientras que en la pregunta anterior ocupaba el último lugar (Arcos Díez, 2021). Los intereses más comunes entre los usuarios de TikTok incluyen la música (16,7%), las series (16,5%), los viajes (11,8%), la moda (10,3%) y las redes sociales (9,4%). En la categoría de "Otro" se encuentran la astrología, la espiritualidad y el maquillaje, en ese orden.

En relación a las previsiones sobre las plataformas de vídeo de formato corto que proporcionarán el mayor retorno de la inversión (ROI) en 2023, los resultados muestran una competencia bastante reñida por el primer puesto. TikTok se aseguró el 42% de los votos, mientras que Instagram Reels le siguió de cerca con el 34% (Influency, 2024). Por otro lado, el 19% de los encuestados expresó su confianza en el potencial de YouTube Shorts para ofrecer el mejor ROI. En contraste, solo un pequeño grupo de usuarios fieles de Snapchat, el 6%, eligió Snapchat Spotlights como su opción preferida (Influency, 2024).

En la parte de los contenidos que más han tenido más visitas en los últimos 30 días a la publicación del estudio de Influency, varios hashtags de TikTok que son tendencia han captado una atención significativa. Por ejemplo, el *hashtag* #ai ha generado 750,000 publicaciones y acumulado 5,000 millones de visitas, evidenciando un gran interés en los contenidos relacionados con la inteligencia artificial. Esto en gran parte se debe a la creación de filtros que usan esta inteligencia para crear vídeos entretenidos. Asimismo, los aficionados al deporte han sido cautivados por #manchestercity, el cual ha reunido 210,000 publicaciones y alcanzado 4,000 millones de visitas, subrayando la popularidad de los contenidos vinculados al fútbol. Por otro lado, la comunidad de jugadores ha adoptado el *hashtag* #fnaf, generando 218,000 publicaciones y obteniendo 3,000 millones de visitas gracias en gran parte a la publicación de la película de esta franquicia (Influency, 2024).

Es importante destacar que en esta red social el uso de hashtags es parecido al uso de etiquetas dentro del SEO de cualquier página web. Es decir, estos se utilizan para situar al contenido dentro de la plataforma y que el propio algoritmo sepa a qué tipos de usuarios le podría llegar a interesar el consumir ese contenido.

Como conclusión, TikTok es una de las redes sociales con mayor cantidad de usuarios alrededor del mundo, siendo estos gente joven perteneciente a la

Generación Z o Millenials. En esta red social, la mayor parte de los consumidores se dedica a consumir contenido de entretenimiento y ven vídeos de una duración corta, rondando la duración de los 55 minutos de media (Morgani, 2022). Por otro lado, TikTok es una de las aplicaciones preferidas para las marcas, ya que les ayuda a publicitar sus productos y servicios de una forma más sencilla y llegando a más gente.

### **2.3. Historia de la salud mental en los medios de comunicación**

Según la medicina hipocrática, toda enfermedad surgía de un desequilibrio de los cuatro humores que componían el cuerpo humano: sangre, flema, bilis amarilla y bilis negra. Un exceso de esta última daría lugar a un temperamento melancólico, es decir, depresivo. En cambio, un exceso de sangre o de bilis amarilla derivaría en ataques de manía. Areteo de Capadocia, en el siglo I, fue uno de los primeros en proponer que ambos desequilibrios el de bilis amarilla y el de bilis negra podrían pertenecer también a la misma enfermedad. Para él, la melancolía podía ser el principio de la manía, lo que hoy llamaríamos trastorno bipolar (Esencia, 2022).

Durante bastante tiempo, la salud mental estuvo apartada de la sociedad debido a que en la gran mayoría de casos donde los pacientes mostraban signos de algún tipo de padecimiento estos eran mandados directamente a los llamados “manicomios”, donde durante gran parte de la historia humana sufrían de torturas o experimentos para intentar entender el funcionamiento del cerebro.

No sería hasta el siglo XIX cuando se comenzarán los primeros estudios sobre psicología. Especialmente, en 1879 Wilhelm Wundt crearía el primer laboratorio enfocado a la investigación de la psicología experimental. Contrariamente, otros expertos de la psicología afirman que el inicio de esta disciplina comenzaría gracias a Franz Brentano, el cual publicaría en 1874 su *Psicología desde el punto*



*de vista empírico* o a Wilhelm Dilthey el cual publicaría en 1894 su libro *Ideas acerca de una psicología descriptiva y analítica* (Dilthey, 1951).

Desde los inicios de los estudios de la psicología, esta se enfrentaría al gran estigma que tendría esta en la sociedad, especialmente debido a los centros o “manicomios” de la época. Debido a esto, uno de los primeros medios que analizaremos será la prensa escrita, debido a que este es uno de los primeros medios de comunicación que aparecieron en la sociedad y ha sido uno de los medios más utilizados en la difusión de información a lo largo de la historia, especialmente en temas relacionados con la salud mental.

Según el estudio realizado por Muñoz et al. (2011), el cual se centra especialmente en la prensa escrita en España, además de en otros medios de comunicación, los periódicos españoles que cuentan con noticias de salud mental realmente son escasos. Además, una de las cosas que más destaca es el uso de ciertas palabras para referirse a las enfermedades mentales. Especialmente, en este estudio se destaca que se aplican muchos términos, como las palabras “loco”, “locura” y “delirio” para referirse a las personas que aparecen en estas noticias o a los sucesos que relatan. En concreto, la palabra “locos” aparece en 107 ocasiones, la palabra “locura” en 48 ocasiones y “delirio” en 28 ocasiones.

Por otro lado, otro de los términos más usados en prensa sobre la salud mental son los “términos relacionados con los síntomas positivos de la esquizofrenia”, aunque según destaca el mismo estudio “Estos no suelen aparecer asociados a personas o en informaciones relativas a la enfermedad mental crónica (representan el 2,4% en la categoría D) sino aplicado a situaciones u objetos (27,4% en la categoría C)” (Muñoz et al. 2011). El último tipo de términos que suelen aparecer en la prensa escrita española suelen ser los “términos populares para referirse a la enfermedad mental crónica, generalmente peyorativos”, con una presencia del 8,7%.

Una de las conclusiones que mencionan los expertos que realizaron el estudio es que existe una tendencia muy notable a incluir términos técnicos que tienen un significado negativo o que se utilizan como recurso literario. Aún así, el estudio también destaca que existe una baja frecuencia de titulares o publicaciones sobre enfermedades mentales o salud mental que tengan un contenido positivo, y normalmente se centran en contenidos bastante negativos y que utilizan este tipo de terminologías peyorativas. Además, los contenidos informativos relacionados con las enfermedades mentales suelen estar relacionados con la enfermedad mental crónica o grave, situándose en el 2,72%.

Otra de las conclusiones a las que llega este estudio es que tras haber analizado el muestreo de periódicos que tratan los temas de enfermedades mentales o salud mental en sus titulares, la cantidad de unidades informativas que realmente se centran en este tipo de contenidos es inferior a uno de cada 1.800 informativos. Esto se resume en que tan sólo seis noticias del conjunto que se analizó en esta investigación tenían que ver con noticias de salud mental específicamente que no tuviesen relación con otro tipo de contenidos, como por ejemplo contenidos de deporte o de juicios. Solo cuatro noticias de periódicos trataban únicamente de salud mental, lo que demuestra que este tema sigue siendo un tema tabú en nuestra sociedad y que aunque poco a poco se está intentando llegar a un punto donde estos temas se hable mucho más, todavía no son tratados con la frecuencia que deberían de ser tratados.

Por su parte, la gran mayoría de unidades informativas está mayoritariamente relacionada con manifestaciones culturales y deportivas, llegando al 36,6% y en materia política un 24,4%. A su vez, el 15,3% de estas noticias se refieren a actos violentos y/o delictivos, como, por ejemplo, asesinatos o maltratos, en donde se utiliza la presencia o ausencia de enfermedades mentales o temas relacionados con la salud mental para referirse a las causas de esos actos violentos,

marcando así que estos son el motivo de estos actos o en gran medida tenían algo que ver.

Por otro lado, en otros estudios como el realizado por Angermeyer y Schulze (2001), “se encontró una importante asociación, presente en los medios de comunicación, entre enfermedad mental crónica y violencia y peligrosidad. De hecho, los estereotipos de peligrosidad e impredecibilidad fueron los más frecuentemente encontrados (especialmente en las noticias referidas a personas) seguidos, en menor medida, por los de incompetencia e irresponsabilidad”.

En cuanto al trato que ha recibido los temas de salud mental en otros tipos de medios de comunicación, como, por ejemplo, la radio, hay que mencionar que el estudio realizado por Muñoz et al. (2011) en el que se menciona que de las 50 noticias que hacían mención a la salud mental, representaban solo el 2,2% del tiempo total de emisión. De estas, 24 contenían términos específicos relacionados con enfermedades mentales graves y crónicas. Por otro lado, en cuanto a los informativos televisivos, estos destinan el 4,24% de su tiempo total a contenidos relacionados con la salud mental. Sin embargo, este porcentaje disminuye al 2,05% cuando nos referimos exclusivamente a noticias que tratan sobre trastornos mentales graves y crónicos.

En contraste, los programas de sucesos "Gente" y "Sucedió en Madrid" muestran cifras más altas. Estos espacios dedican el 22% del tiempo de emisión a unidades informativas que incluyen términos de psicología o expresiones coloquiales relacionadas con la salud mental. En total, se abordan temas de enfermedad mental crónica durante 13,08 minutos, lo que equivale al 11,55% del tiempo total analizado. A su vez, en estos medios de comunicación ocurría al igual que en la prensa escrita, ya que también se utilizaban términos parecidos o sinónimos de locura para referirse a las personas o a los sucesos que tenían que ver con temas relacionados con la salud mental o enfermedades mentales.

En conclusión, aunque las diferencias entre los medios de comunicación son mínimas, se observa un enfoque más adecuado sobre el tema de la enfermedad mental en la prensa escrita. La televisión, en particular, tiende a perpetuar con mayor frecuencia los estereotipos de peligrosidad, responsabilidad e impredecibilidad, especialmente en los programas centrados en sucesos. Por otro lado, las informaciones difundidas por la radio presentan en su mayoría el estereotipo de incompetencia, desinformación y contenidos estigmatizantes. Sin embargo, al comparar medios específicos, como periódicos, emisoras de radio o cadenas televisivas particulares, no se encontraron diferencias significativas, lo que sugiere una similitud en el tratamiento del tema entre ellos.

#### **2.4. Historia de la salud mental en las redes sociales**

La salud mental ha sido uno de los temas más tratados en las redes sociales, especialmente con el objetivo de librar a estos temas del gran tabú y estereotipos peyorativos que tenían estas enfermedades y trastornos en los medios de comunicación tradicionales como se ha mencionado en los puntos anteriores. Por esto, en este punto de la investigación vamos a tratar como se han tratado los temas de salud mental en las redes sociales más populares entre los jóvenes.

Una de las primeras formas de hablar de salud mental en las redes sociales fueron los vídeos de YouTube, en los que los *youtubers* hablaban de sus experiencias con temas relacionados con la salud mental o incluso algunos expresaban sus experiencias con haber sufrido alguna enfermedad mental como, por ejemplo, el Rubius, German Garmendía o Vegetta777. Estos grandes youtubers han hablado de sus experiencias de salud mental en las redes sociales, como el haber sufrido signos de depresión, ansiedad y mucha presión debido a la influencia y la fama que tienen.

Por otro lado, otra de las características importantes que tienen las redes sociales como YouTube es que permiten a todo el mundo publicar contenido.

Debido a esto, en esta red social se puede encontrar una gran cantidad de canales dirigidos por psicólogos profesionales, los cuales crean contenido hablando de salud mental, enfermedades mentales e incluso dando consejos a las personas que sufren de estos problemas para intentar que la población que más sufre de estas enfermedades pueda acceder a información beneficiosa de forma gratuita y sin tener que pagar una consulta. Alguno de los canales más conocidos dedicados a la divulgación de esta información en redes sociales son Psych2go, el cual cuenta con información en múltiples idiomas para que toda la población pueda acceder a su contenido, o Patrick Teahan, el cual tiene contenido centrado en traumas en la infancia y cómo afectan en la adultez.

A su vez, en otras redes sociales como TikTok, los temas relacionados con la salud mental suelen ser tratados por una gran variedad de cuentas. Por un lado, existen las cuentas de personas que han sufrido de alguna enfermedad o trastorno y, por otro lado, los expertos que ofrecen información valiosa en estas páginas para poder ayudar a la gente, como ocurre en YouTube. Aún así, en redes sociales como TikTok o Instagram ocurre un fenómeno que no suele ocurrir en otras redes sociales, fenómeno que algunos expertos han denominado “la romantización de la salud mental en redes sociales” (Villa Rodríguez, 2022).

Este fenómeno ocurre debido a que en esta era de las redes sociales muchas personas han hablado sobre su experiencia en estas plataformas, pero en muchas ocasiones, las partes verdaderamente negativas de estas enfermedades mentales no se tratan tanto ya que no se ven bien “delante de una cámara”. Este hecho también ocurre en gran medida debido a la necesidad de algunas redes sociales como TikTok o Instagram de que el contenido tiene que ser visualmente estético, cosa que en las enfermedades mentales no suele ocurrir, por lo que muchas veces esas partes negativas de la salud mental son escondidas y lo único que se presenta es las partes estéticas visualmente. Este

fenómeno en muchas ocasiones lleva a la divulgación de información falsa o información incorrecta relacionada con la salud mental (Villa Rodríguez, 2022).

Aunque cabe mencionar que en los últimos años de las redes sociales tanto expertos como personas que han sufrido de los efectos negativos de estas enfermedades están intentando compartir información correcta y exacta de estas enfermedades, sí que es verdad que debido a las características de estas redes como la rapidez y facilidad del consumo que tienen estas redes sociales, en muchas ocasiones se comparte información que no es correcta sobre estas enfermedades. Debido a esto, los expertos afirman que el tratar a la salud mental de la forma más real y sin esconder los peores rasgos y sin llegar a esa “romantización”, pero siguiendo divulgando esta información es lo mejor que se puede hacer a la hora de que estos temas no sigan siendo tabú y la población pueda avanzar hacia la normalización y aceptación de estos temas.

### 3. PLANIFICACIÓN

El nombre de la cuenta, Eva\_ngelion\_, surge a raíz de un anime o serie de animación japonesa conocido como “Evangelion”, el cual sigue, en gran parte, la tonalidad de la cuenta debido a que es un anime que se centra en contar la historia de su personaje principal, Shinji, y los problemas emocionales y mentales que este ha desarrollado con el tiempo debido al abandono de su padre. Aunque el nombre fue elegido meramente debido al nombre del anime, este con el tiempo tendría cierto significado con el propio contenido de la cuenta.

En sus inicios, la cuenta se creó durante la época de la pandemia en 2020. En un principio, la cuenta se creó debido al aburrimiento en general que había en la época en toda la población al no poder salir de casa y que gran parte de la sociedad estuviese parada. En esta etapa, el contenido de la cuenta no estaba especializado en ningún sector o tipo de contenido en específico, debido a que nació del propio aburrimiento y de la necesidad de crear contenido en un momento donde no se podía hacer mucho más debido a las circunstancias de la pandemia.

Con el paso de los meses y el fin de la pandemia, el contenido de la cuenta fue variando. Primeramente, la cuenta se centró en hacer contenido sobre astrología, signos del zodiaco o incluso el tarot. En el año 2021, el contenido volvió a cambiar para centrarse más en el contenido sobre salud mental. La creación de contenido sobre salud mental nació del sentimiento de sentirse incomprendido y de la propia falta de información sobre los temas relacionados con la salud mental. Como se ha mencionado anteriormente en la parte del marco teórico, uno de los problemas principales que tienen las redes sociales sobre la salud mental, es que, aunque se comparta rápidamente una gran cantidad de información sobre estos temas, muchas veces caen en la banalidad, la búsqueda de la viralidad o incluso la romantización de ciertas enfermedades mentales.

Más concretamente, el objetivo de la creación de este tipo de contenido fue divulgar sobre la realidad de estas enfermedades y trastornos mentales, además de compartir mi experiencia personal como persona que ha sufrido de estos trastornos o enfermedades mentales, para así conseguir que se elimine el tabú o el estigma que suele tener la salud mental en general. Por otro lado, se buscaba romper con los estereotipos que se comparten en las redes sociales sobre estas enfermedades que, en algunos casos, no son correctos o empeoran la propia situación de la romantización.

Las ideas de los vídeos iniciales eran muy sencillas debido al formato de vídeos de la propia aplicación, que en esos años no permitía hacer vídeos con una duración superior a 15 segundos. Gracias a esto, los primeros vídeos que se harían en esta cuenta serían vídeos bastante cortos, no superando los 10 segundos, en donde se mezclará un texto sencillo relacionado con algún tema de salud mental, como, por ejemplo, la depresión, ansiedad u otros trastornos mentales como el trastorno obsesivo compulsivo.

En los momentos iniciales de la cuenta, la cantidad de vídeos que se publicaban era muy baja. Esto se debe a que el contenido era publicado en forma de hobby, por lo que la frecuencia de creación del contenido era de 3 o 4 vídeos a la semana siguiendo algún *trend* o hablando sobre algún tema en particular relacionado con la salud mental.

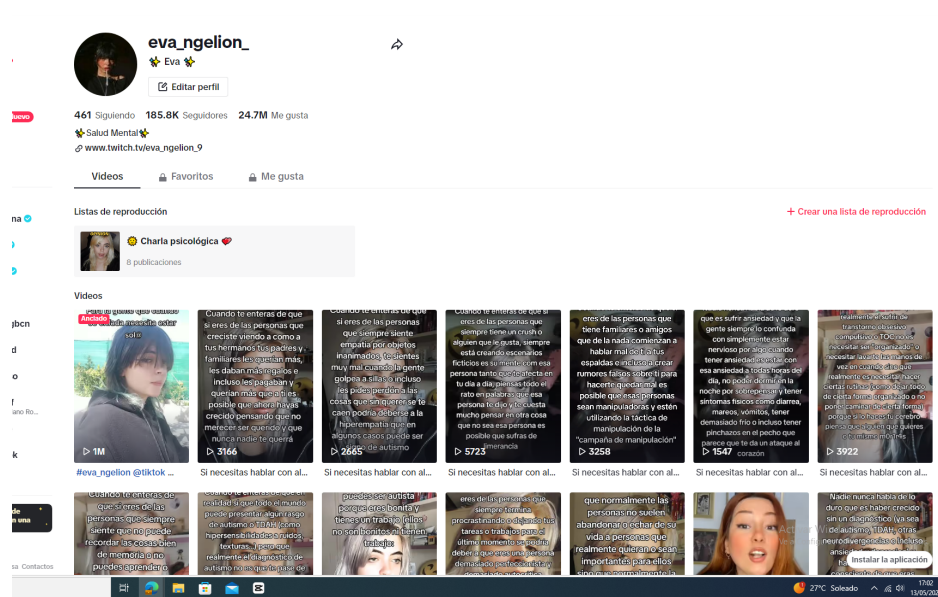
### **3.1. Planificación del contenido**

Actualmente, el contenido de la cuenta se sigue centrando en contenido de salud mental e incluso contenido sobre el día a día de una persona que sufre de estas enfermedades y trastornos. El contenido sigue teniendo los mismos objetivos que tuvo en los inicios: divulgar información y dar a conocer la realidad de muchas estas enfermedades y sus efectos a largo plazo en la población.



A su vez, la aplicación de TikTok ha experimentado una serie de cambios durante los años en los que se ha estado creando contenido en esta cuenta, por lo que también ha habido una serie de cambios en los formatos. Aunque el tipo de formato principal de la cuenta sigue siendo el mismo, con vídeos de entre 5 a 15 segundos con un texto explicativo de alguna enfermedad, trastorno o algún tema relacionado con la salud mental en general, con un fondo sencillo y con una canción que tenga alguna relación con el contenido del vídeo, sí que ha habido una serie de cambios en el formato.

Figura 2. Perfil de @eva\_ngelion\_ en TikTok

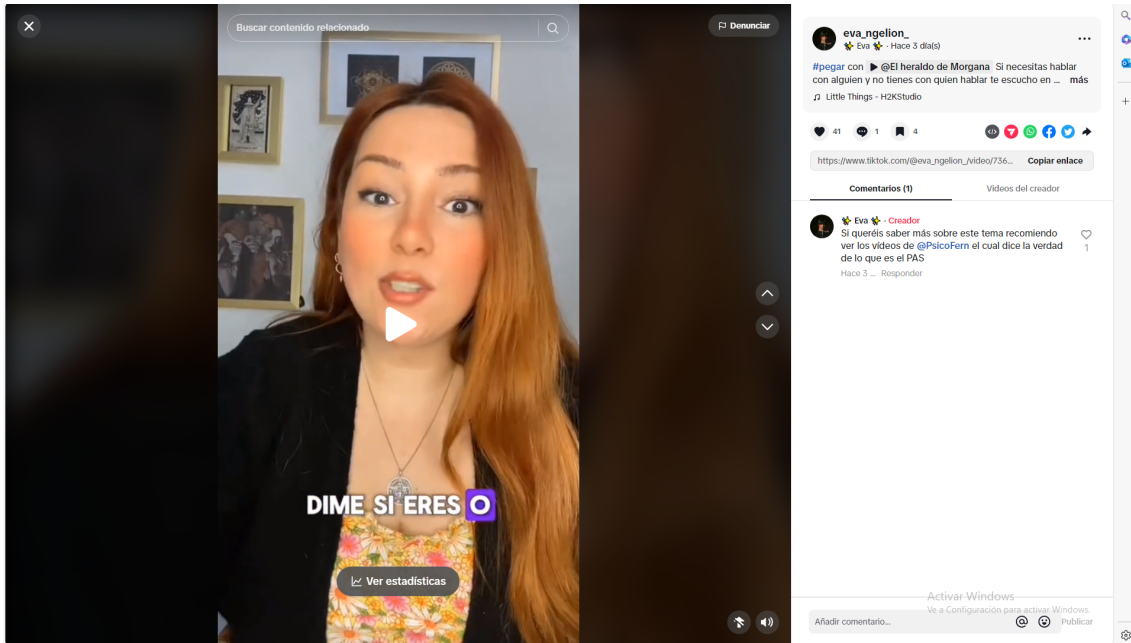


Fuente: @eva\_ngelion\_ en TikTok

Por una parte, la plataforma está fomentando el contenido de mayor duración debido a que buscan la implementación de anuncios de una forma más efectiva en la plataforma. Por esta razón, para seguir creando contenido interesante también se comenzó a crear contenido relacionado con la salud mental pero con mayor duración. En estos casos, la duración de los vídeos es de entre 1 minuto y 5 minutos, y la gran mayoría suelen llevar una pequeña edición al añadir

subtítulos, para hacer el contenido más accesible y que mantenga más la atención del espectador, además de cosas típicas de la edición como cortés, edición de la imagen, filtros... Todo para llamar más la atención del espectador.

**Figura 3. Ejemplo del contenido de la cuenta de TikTok**



*Fuente: @eva\_ngelion\_ en TikTok*

Últimamente, otra de las cosas que más destaca en la creación de contenido en la actualidad de esta cuenta son los directos o “Lives” que se hacen 3 veces a la semana para poder hablar directamente con los usuarios que consumen contenido en esta plataforma y divertirse un rato manteniendo una conversación o respondiendo preguntas relacionadas con la salud mental.

En cuanto a la planificación del contenido, en la actualidad se suben alrededor de tres vídeos diarios a la cuenta siguiendo el formato de vídeos cortos, es decir, vídeos de entre 5 a 10 segundos, los cuales cuentan con una pequeña edición donde se incluye un texto relacionado con la salud mental y un fondo de acorde a este vídeo. Por otro lado, y uno de los puntos más importantes relacionados

con la viralidad del contenido, se elige una canción que cumpla dos requisitos esenciales. El audio utilizado de fondo con la canción tiene que tener alguna relación con el tipo de contenido o alguna relación con lo escrito en el texto que acompaña a la publicación. Normalmente se escogen canciones con un toque triste o que en la letra menciona algo relacionado con el tema del vídeo. Además, se eligen canciones que fueron utilizadas por otros creadores anteriormente. Esto se debe a que, en muchas ocasiones, utilizar sonidos o músicas que tienen muchas reproducciones puede ayudar a que el contenido llegue a más gente rápidamente.

Asimismo, algunas ocasiones también se siguen los conocidos "*trends*" o modas de TikTok, los cuales también suelen tener una canción o un audio en específico. También, el elegir este tipo de audios tiene un proceso de adaptación del contenido debido a que en muchas ocasiones los *trends* no tienen relación con la salud mental. A su vez, en realidad esta serie de contenido suele ofrecer a la cuenta más viralidad y un toque de entretenimiento, aunque siga divulgando contenido sobre la salud mental, llegando así a más público y que la mayor cantidad de gente pueda acceder a más información.

A continuación, se muestra la planificación del contenido para el próximo mes. En la descripción del contenido se explicará el tema del vídeo y una serie de palabras claves relacionadas. Es importante remarcar que en esta parte no se añaden los *trends* debido a que estas no se pueden predecir y aparecen de la nada.

### **Semana 1:**

| Día   | Descripción del contenido   |
|-------|---|
| Lunes | "¿Sabías que el autismo tiene diferentes manifestaciones en cada persona? Descubre más sobre este trastorno poco comprendido."<br>Autismo, investigación, unificación |

|           |   |
|-----------|---|
|           | "La ansiedad no siempre se manifiesta como nerviosismo. Aprende sobre sus diferentes caras y cómo reconocerlas." Keywords: Ansiedad, manifestaciones, reconocimiento.   |
|           | "La depresión no siempre se representa con un llanto. Conoce los síntomas ocultos de este trastorno mental y cómo buscar ayuda." Depresión, síntomas, apoyo   |
| Martes    | "¿Sabías que el autismo tiene diferentes manifestaciones en cada persona? Descubre más sobre este trastorno poco comprendido." Keywords: Autismo, investigación, unificación  |
|           | "La ansiedad no siempre se manifiesta como nerviosismo. Aprende sobre sus diferentes caras y cómo reconocerlas." Keywords: Ansiedad, manifestaciones, reconocimiento  |
|           | "La depresión no siempre es llanto. Conoce los síntomas ocultos de este trastorno mental y cómo buscar ayuda." Keywords: Depresión, síntomas, apoyo   |
| Miércoles | "¿Qué tan bien conoces realmente la depresión? Descubre los mitos comunes y la verdad detrás de esta enfermedad." Keywords: Depresión, mitos, verdad  |
|           | "¡Hora de desmitificar la ansiedad! Aprende cómo puedes ayudar a alguien que lucha contra este trastorno mental." Keywords: Ansiedad, apoyo, ayuda  |
|           | "¿Qué es el autismo de alto funcionamiento? Exploramos los desafíos y las fortalezas de las personas que viven con este diagnóstico." Keywords: Autismo, Funcionamiento, Fortalezas   |
| Jueves    | "Consejos para manejar el estrés: Comparte estrategias prácticas para manejar el estrés en situaciones cotidianas, como técnicas de respiración, visualización positiva y establecimiento de límites saludables." Keywords: Estrés, límites, ansiedad                               |
|           | "Mitos comunes sobre salud mental: Desmiente mitos y conceptos erróneos comunes sobre la salud mental." Keywords: Salud mental, psicología, ansiedad  |
|           | "Rutinas diarias para mejorar la salud mental: Comparte consejos y rutinas diarias que puedan ayudar a mejorar el bienestar mental, como establecer horarios regulares de sueño, hacer ejercicio regularmente y practicar la gratitud" Keywords: Ejercicio, salud mental, bienestar |
| Viernes   | "Recursos de apoyo: Dedicamos vídeos a compartir recursos y líneas de ayuda disponibles para personas que necesiten apoyo emocional o asistencia profesional" Keywords: Apoyo emocional, terapia, psicología  |

|         |   |
|---------|---|
|         | “Desafíos de autocuidado: Proporciona a tu audiencia desafíos semanales o diarios relacionados con el autocuidado, como practicar la respiración consciente, escribir en un diario de gratitud o realizar ejercicios de relajación muscular.” Keywords: Autocuidado, relajación, gratitud |
|         | “¿Cuáles son los signos de una persona narcisista? ¿Conoces a alguien narcisista en tu vida? Keywords: Narcisismo, familia, síntomas  |
| Sábado  | “¿Eres una persona que sufre mucho a la hora de tomar decisiones? Conoce la aboulomania, la enfermedad mental que puede hacer que te cueste tomar decisiones.” Keywords: Salud mental, enfermedades mentales, aboulomania   |
|         | “¿Cómo se representan los traumas de la infancia en la adultez?” Keywords: Infancia, traumas, adultez   |
|         | “¿Qué es el miedo al abandono?” Keywords: Abandono, miedo al abandono, infancia   |
| Domingo | “¿Cómo afecta el miedo al abandono a las relaciones de parejas?” keywords: abandono, miedo al abandono, pareja  |
|         | “¿Cómo afecta el ser muy perfeccionista a la salud mental?” Keywords: Perfeccionismo, heridas psicológicas, salud mental  |
|         | “¿Qué son las heridas psicológicas y cómo afectan a nuestro día a día?” Keywords: heridas, psicología, heridas psicológicas   |

**Semana 2:**

| Día   | Descripción del contenido   |
|-------|---|
| Lunes | "¿Sabes que el obsesionarse con la espiritualidad como la astrología, el tarot o incluso algunas religiones pueden llevar a causar psicosis espiritual?" Keywords: Espiritualidad, psicología, psicosis |
|       | "¿Sabes que el estar cansado físicamente puede llevar a ver sombras por el rabillo del ojo o incluso escuchar voces?" Keywords: Cansancio, espiritualidad, psicología                                   |
|       | "¿Cómo la relación que tuviste con tus padres de pequeño puede afectar en tu adultez?" Keywords: Familia, padres, psicología  |

|           |   |
|-----------|---|
| Martes    | "Tipos de formas de educación de padres que pueden haberte causado problemas emocionales." Keywords: Padres, familia, psicología                              |
|           | "¿Cuáles son los signos de haber crecido con padres narcisistas?"<br>Keywords: Narcisismo, familia, psicología  |
|           | "¿Cuáles son los signos de haber crecido en una familia disfuncional?"<br>Keywords: Familia disfuncional, psicología, familia                                 |
| Miércoles | "¿Cuáles son los signos más desconocidos de la depresión?"<br>Keywords: Depresión, signos, síntomas   |
|           | "El mantenimiento de la higiene, uno de los problemas más desconocidos de la ansiedad" Keywords: Higiene, ansiedad, signos                                    |
|           | "¿Cómo afecta el haber crecido sin un diagnóstico de autismo a la adultez?" Keywords: Autismo, signos, adultez  |
| Jueves    | "¿Cómo identificar un ataque de ansiedad?" Keywords: Ansiedad, ataque de ansiedad, psicología   |
|           | "¿Cómo frenar un ataque de ansiedad? Consejos de cómo manejar un ataque de ansiedad." Keywords: Ansiedad, ataque de ansiedad, psicología                      |
|           | "¿Qué es un ataque de pánico?" Keywords: Estrés, ansiedad, ataque de pánico   |
| Viernes   | "¿Cómo diferenciar un ataque de ansiedad de un ataque de pánico?"<br>Keywords: Ataque de ansiedad, ataque de pánico, estrés                                   |
|           | "¿Cómo afecta el trauma a nuestro cerebro? Cambios en el cerebro provocados por los traumas." Keywords: Trauma, cerebro, estrés                               |
|           | "Consejos para lidiar con esa persona narcisista que no puedes evitar en tu día a día." Keywords: Narcisista, narcisismo, Tips                                |
| Sábado    | "¿Cómo mejorar la comunicación en la relación? Consejos para conseguir una comunicación sana y estable." Keywords: Relaciones, comunicación, psicología       |
|           | "Tips para empezar a entender tus emociones. Comprende tus emociones de una forma correcta y sana." Keywords: Emociones, salud mental, psicología             |
|           | "¿Cómo expresar el enfado de una forma correcta y sana? Aprende a entender esta emoción y saber expresarla de forma sana." Keywords: Enfado, ira, agresividad |

|         |  |
|---------|--|
| Domingo | "¿Cómo expresar la tristeza de una forma correcta y sana? Aprende a entender esta emoción y saber expresarla de forma sana." Keywords: tristeza, depresión, llorar |
|         | "La vergüenza, una de las emociones más difíciles de entender y que pocas veces es entendida." Keywords: Vergüenza, heridas psicológicas, salud mental             |
|         | "¿Cómo comenzar a ir a terapia? Tips y cosas a tener en cuenta para saber si tu psicólogo te ayuda correctamente." Keywords: Psicología, terapia, salud mental     |

**Semana 3:**

| Día       | Descripción del contenido  |
|-----------|--|
| Lunes     | "Enfermedades mentales desconocidas pero muy interesantes que la población padece." Keywords: Enfermedades, psicología, salud mental                           |
|           | "¿Cómo funciona el sistema familiar en una familia desestructurada o disfuncional?" Keywords: Familia, disfuncional, psicología                                |
|           | "¿Cómo aprender a poner límites de forma sana y segura? Tips para comenzar a poner límites en tu vida y decir NO." Keywords: Límites, salud mental, psicología |
| Martes    | "Signos de que una persona te podría estar manipulando." Keywords: Manipulación, salud mental, psicología  |
|           | "¿Cómo saber si estás mejorando psicológicamente o simplemente te sientes feliz en estos momentos?" Keywords: Terapia, felicidad, psicología                   |
|           | "¿Cuáles son las diferencias entre el cerebro de una persona autista y una persona no neurodivergente?" Keywords: Autismo, psicología, cerebro                 |
| Miércoles | "Tips para ayudarte a expresar tus emociones de una forma sana y efectiva." Keywords: Emociones, tips, Salud mental  |
|           | "¿Sabes que el hielo puede ayudar a calmar un ataque de ansiedad? Descubre cómo usar estas técnicas." Keywords: Ansiedad, estrés, ataque de ansiedad           |
|           | "¿Cuáles son los rasgos del autismo en mujeres?" Keywords: Autismo, signos, adultez  |

|         |  |
|---------|--|
| Jueves  | “¿Cuáles son las diferencias entre el autismo en hombres adultos o en mujeres adultas? Descubre las diferencias.” Keywords: Autismo, mujer, psicología |
|         | “¿Qué es el Masking? ¿Cómo afecta el Masking a las personas autistas?”<br>Keywords: Autismo, Masking, psicología                                       |
|         | “¿Qué son las hipersensibilidades? Descubre lo que son y cómo nos afectan en el día a día.” Keywords: Hipersensibilidad, ansiedad, autismo             |
| Viernes | “¿Qué es la procrastinación y cómo te puede afectar en tu rutina? Signos principales de la procrastinación.” Keywords: Procrastinación, rutina, TDAH   |
|         | “¿Cómo evitar la procrastinación? Tips para enfrentarse a la procrastinación y ser exitoso.” Keywords: Procrastinación, cerebro, estrés                |
|         | “¿Cómo ayudar a una persona autista? Tips para ayudar a un familiar, amigo o incluso tu pareja autista.” Keywords: Autismo, pareja, tips               |
| Sábado  | “La mente autista y el pensamiento literal. Uno de los signos de autismo menos hablados.” Keywords: Autismo, comunicación, psicología                  |
|         | “¿Cómo afecta a la salud mental y a tu desarrollo la relación con tu madre?” Keywords: Madre, salud mental, familia                                    |
|         | “¿Cómo afecta a la salud mental y a tu desarrollo la relación con tu padre?”<br>Keywords: Padre, familia, salud mental                                 |
| Domingo | “¿Cómo afecta la comparación o el ser comparado con los demás a la salud mental?” Keywords: Comparación, depresión, llorar                             |
|         | “¿Qué son los estilos de apego? Tipos de estilos de apego y cómo afectan a las relaciones.” Keywords: Vergüenza, heridas psicológicas, salud mental    |
|         | “¿Cómo puede una mascota ayudar a mejorar tu salud mental? Formas en las que tu mascota te ayuda a ser feliz.” Keywords: Psicología, terapia, mascotas |



**Semana 4:**

| <b>Día</b> | <b>Descripción del contenido</b>   |
|------------|--|
| Lunes      | "Tomar una comida ácida. Un Tip desconocido que te puede ayudar a evitar la ansiedad o incluso a rebajarla." Keywords: Ansiedad, psicología, salud mental  |
|            | "¿Eres de las personas que se suele enamorar o tener crushes muy rápido aunque realmente la persona no te guste? Conoce el término "limerancia", el término desconocido." Keywords: Limerancia, amor, psicología |
|            | "¿Cómo entender a una persona que sufre de ansiedad?" Keywords: Ansiedad, salud mental, psicología   |
| Martes     | "¿Cómo es el día a día de una persona autista? Viendo un día de mi vida." Keywords: Autismo, salud mental, psicología  |
|            | "¿Cuáles son los signos desconocidos de la ansiedad social? Descubre la parte oscura de la ansiedad social." Keywords: Terapia, felicidad, psicología  |
|            | "La falta de motivación, uno de los signos de la depresión desconocidos y que más afecta a la salud mental." Keywords: Depresión, psicología, salud mental   |
| Miércoles  | "¿Sabes que la ansiedad y la depresión pueden llegar a causar insomnio? Descubre los rasgos principales y cómo evitarlo." Keywords: Depresión, ansiedad, Salud mental  |
|            | "Tips para encontrar un psicólogo que te ayude a mejorar tu salud mental." Keywords: Terapia, psicólogo, psicóloga   |
|            | "¿Cómo mejorar la autoestima? Tips que te pueden ayudar a mejorar la confianza en ti mismo." Keywords: Tips, autoestima, confianza   |
| Jueves     | "¿Cómo afecta la ansiedad social a las relaciones sociales de las personas que la sufren?" Keywords: Ansiedad, ansiedad social, psicología   |
|            | "¿Cuáles son los signos de que tu salud mental está empeorando?". Keywords: Salud mental, estrés, psicología   |
|            | "¿Cuáles son los signos de que tu salud mental está mejorando?" Keywords: Salud mental, ansiedad, psicología   |
| Viernes    | "¿Qué es el trastorno obsesivo compulsivo? Signos de esta enfermedad mental tan compleja." Keywords: TOC, Trastorno obsesivo compulsivo, psicología  |

|         |  |
|---------|--|
|         | “Los pensamientos intrusivos, uno de los síntomas más desconocidos pero más dañinos del trastorno obsesivo compulsivo.” Keywords: TOC, Trastorno obsesivo compulsivo, psicología |
|         | “¿Cuáles son las diferencias entre una persona tímida con una persona que sufre de ansiedad?” Keywords: Ansiedad, timidez, psicología  |
| Sábado  | “¿Cómo el uso prolongado de las redes sociales puede afectar a la salud mental de los más jóvenes?”. Keywords: Redes sociales, salud mental, estrés                              |
|         | “¿Cómo el uso de las redes sociales puede afectar a la capacidad de atención de los jóvenes?” Keywords: Redes sociales, salud mental, estrés                                     |
|         | “¿Cómo afecta la crítica destructiva por parte de los padres a la mente de un niño?” Keywords: Infancia, familia, salud mental   |
| Domingo | “¿Qué es tener un sistema nervioso desregulado?” Keywords: Sistema nervioso, psicología, salud mental  |
|         | “¿Cuáles son los signos de tener un sistema nervioso desregulado?” Keywords: Sistema nervioso, psicología, salud mental  |
|         | “¿Cuáles son las diferencias en la salud mental de hombres y mujeres?” Keywords: Psicología, hombres, mujeres  |

### 3.2. Censura

La censura es una de las problemáticas más grandes que tiene esta aplicación. Esto se debe principalmente a que en la aplicación también hay una gran cantidad de público que son menores de edad y a que existe una gran cantidad de anunciantes interesados en publicitarse en esta plataforma que en otras más adultas debido a la gran cantidad de usuarios que tiene TikTok. Esto hace que no se puedan utilizar palabras malsonantes o insultos, aunque también ocurre el fenómeno de que tampoco se pueden usar expresiones que no le “gusta”, por así decirlo, al algoritmo.

Sobre esto, debido a que la cuenta suele tratar de temas relacionados con la salud mental, en muchas ocasiones es importante usar palabras que pueden

disgustar al algoritmo. Por ejemplo, palabras como “autolesiones”, “hipersexualidad”, “asexualidad”, “abuso”, “violaciones”... no son bien vistas por el algoritmo y, en muchas ocasiones, es la misma aplicación que elimina el contenido, pone algunas restricciones al contenido o incluso sanciona las cuentas que utilicen estas palabras. Obviamente, debido al tipo de contenido del que trata la cuenta, en muchas ocasiones es importante utilizar estas palabras para hablar y desmitificar los tabúes que tienen estas palabras, debido a esto, se consigue una forma de “autocensura” que hace que el contenido no sea detectable por el algoritmo y así pueda ser más compartido e incluso llegar a hacerse viral.

En muchas ocasiones la autocensura tiene que ver con el uso de las palabras, pero cambiando algunas letras para que el algoritmo no pueda registrarlas. Por ejemplo, la palabra autolesión se escribiría en estos casos como “4ut0l3xi0n”, cambiando algunas de las vocales por números que se parezcan para que el público pueda entender de lo que se está hablando sin que el algoritmo detecte este tipo de contenido como “malo” o “problemático”.

Sin embargo, cuando se realizan vídeos en los que no se utiliza un texto, la autocensura es diferente. En algunas ocasiones, al mencionar estas palabras en los vídeos lo que se hace es dejar un espacio en el medio de la palabra para que el algoritmo no lo detecte como la palabra completa. Por ejemplo, en la palabra abuso, se diría “abu - so”. En otras ocasiones, se intenta utilizar palabras que signifiquen lo mismo teóricamente pero sin decir la palabra como tal. Por ejemplo, en vez de decir “suicidio” se podría usar las expresiones “irse al otro barrio”, “irse de la vida”...

Muchas veces, la problemática que conlleva el uso de estas expresiones es que hacen que el contenido pierda la seriedad que debería de tener al tratar temas tan serios y complicados de la salud mental.

#### 4. CONCLUSIONES

En cuanto al objetivo general, este se centraba en lo que es crear la cuenta en TikTok y, a parte, crear contenido relacionado con la salud mental. Este objetivo, debido a su generalidad, sí que ha sido logrado de una forma sencilla y en poco tiempo, debido a que la cuenta lleva creando contenido de este ámbito cerca de tres años.

Por otro lado, en cuanto a los objetivos específicos, uno de los principales objetivos que tenía este trabajo era el concienciar a la población sobre las enfermedades mentales y trastornos relacionados con la salud mental como la depresión, la ansiedad, el autismo, el trastorno obsesivo compulsivo... Este objetivo también se ha cumplido, debido a que la gran cantidad del contenido creado en esta cuenta está especialmente centrada en hablar sobre estas enfermedades, tanto de su parte conocida por el público, como su parte más oscura y que mucha gente desconoce, por lo que, en gran parte, el contenido ha proporcionado información realista sobre la vida de las personas que sufren estas enfermedades.

Respecto al objetivo relacionado con concienciar sobre los problemas de la romantización de las enfermedades mentales, el contenido de la cuenta se ha enfocado arduamente en este ámbito. Especialmente, en desmitificar y desmentir información propiciada por algunas cuentas en redes sociales que se dedican a romantizar estas enfermedades y las hacen quedar como si fuesen algo bueno. En concreto, la cuenta se enfoca en mostrar información realista sobre estas enfermedades y trastornos para contrarrestar las informaciones falsas, además de crear contenido específico en contra de estas informaciones falsas, por ejemplo, la información romanizada sobre la depresión, el término de personas PAS, la mitificación del autismo y su infantilización...

Por último, esta cuenta de TikTok se centra fuertemente en el último objetivo específico, el proporcionar información sobre salud mental desconocida que pueda ayudar a las personas a sentirse menos solas o no sentirse mal por algunos rasgos desconocidos y que actualmente son vistos como negativos o “tabú” dentro de la salud mental. Para esto, la cuenta se dedica a crear contenido específico hablando sobre estos rasgos negativos, como, por ejemplo, la falta de higiene que puede llegar a tener las personas con depresión, la irritabilidad de las personas con ansiedad...

Una de las cosas más destacables que he aprendido con la creación del contenido de esta cuenta de TikTok es la importancia que tiene el informar a la gente sobre estas enfermedades o trastornos mentales. A diario, la cuenta recibe mensajes de personas que comentan su experiencia y afirman que este tipo de contenido les ha ayudado a sentirse comprendidos y escuchados, además de haber ayudado a muchas personas a haber comenzado su desarrollo emocional o incluso haber acudido a terapia para trabajar en estas enfermedades.

También, en gran parte, he aprendido que en muchas ocasiones debido a la falta de información o desinformación que existe en las redes sociales, es importante explicar o comunicar de la mejor forma posible los contenidos o los temas de los que hablan los vídeos, ya que, en algunas ocasiones, muchas personas no están de acuerdo con lo que se dice en los vídeos, no conocen en su totalidad los temas de los que se habla, o incluso, en algunos momentos, han visto contenido anteriormente falso, por lo que piensan que lo que se dice en los vídeos no es real y dejan comentarios negativos en las publicaciones. Debido a esto, es de vital importancia responder a estos comentarios con fuentes fiables y reales para luchar contra esos estigmas o desinformación.

En definitiva, la cuenta de TikTok ha cumplido todos los objetivos, tanto los específicos como el general que tenía al crear esta investigación. A su vez, esta

cuenta ha experimentado un crecimiento considerable desde que se comenzó a escribir este trabajo, con un aumento de alrededor de 10.000 seguidores, aunque las visitas de esta cuenta siguen siendo similares a las de antes de crear este trabajo ya que se han mantenido en estos últimos meses.

## 5. BIBLIOGRAFÍA

Arcos Díez, J. (2021). *Caso de estudio: Entender al usuario de tiktok: Personalidad y comportamiento de consumo*. [Trabajo de Final de Grado]. Universidad de Valladolid.

BBC News Mundo. (8 junio de 2019). Six Degrees: cómo fue y quién creó la primera red social de internet, inspirada por la teoría de los «seis grados». *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-48558989>

Boyd, D. M., y Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230.

Bravo, C. (31 mayo de 2023). *Toda la historia de TikTok*. Metricool. <https://metricool.com/es/historia-de-tiktok/>

Carlson, N. (25 de abril de 2022). Cómo se creó Twitter: esta es la historia real. *Business Insider España*. <https://www.businessinsider.es/como-creo-twitter-historia-real-1050453>

Colaboradores de Wikipedia. (20 de enero de 2024a). *Red social*. Wikipedia, la Enciclopedia Libre. [https://es.wikipedia.org/wiki/Red\\_social](https://es.wikipedia.org/wiki/Red_social)

Colaboradores de Wikipedia. (28 de enero de 2024b). *Myspace*. Wikipedia, la Enciclopedia Libre. <https://es.wikipedia.org/wiki/Myspace>

Dilthey, W. (1951). *Ideas acerca de una psicología descriptiva y analítica*. *Obras completas*, 6.

Esencia. (14 de enero de 2022). *Breve historia de la psiquiatría y la locura* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=quav0fo1aQ8>

Flores Cueto, J. J., Morán Corzo, J. J. y Rodríguez Vila, J. J. (2009). Las redes sociales. *Universidad de San Martín de Porres*, 3, 1-15.

Gómez, M. (13 de noviembre de 2019). Twitch: La historia de la plataforma de streaming más utilizada del mundo. *TEC*. <https://tec.com.pe/twitch-la-historia-la-plataforma-streaming-mas-utilizada-del-mundo/>

Influency (2024). *Todo sobre TikTok + Estudio y estadísticas sobre marketing de influencers*. <https://influency.com/es/recursos/estudios/tiktok-influencer-marketing-estudio-estadisticas>

iSolated. (10 de noviembre de 2022). *16 años de MySpace, la red social que lo tenía todo*. Marketing Online Madrid | Isolated. <https://www.isolated.es/blog/myspace-red-social/>

Matesanz, V. (12 de mayo de 2021). La historia de Instagram. *Forbes España*. <https://forbes.es/lifestyle/4222/la-historia-de-instagram/>

Morgani, L. (2022). *“Me apareció en TikTok”: Experiencias de uso y consumo de productos culturales en la plataforma*. [Trabajo Final de Grado]. Universidad de San Andrés.

Muñoz, M., Pérez-Santos, E., Crespo, M., Guillén, A. I., e Izquierdo, S. (2011). La enfermedad mental en los medios de comunicación: un estudio empírico en prensa escrita, radio y televisión. *Clínica y salud*, 22(2), 157-173.

Rodríguez, E. (3 de marzo de 2018). Cómo es la historia de Facebook. *La Información*. <https://www.lainformacion.com/tecnologia/como-es-la-historia-de-facebook/6343339/>

Romero, I. (3 abril de 2024). *Estudio TikTok Septiembre 2023*. Metricool. <https://metricool.com/es/estudio-tiktok/>

Sain, G. (2015). Historia de internet (I). *Revista pensamiento penal*.



Seara, F. (24 de noviembre de 2023). La plataforma que propulsó el reino del vídeo: así es la historia de YouTube. *MarketingDirecto*. <https://www.marketingdirecto.com/imprescindibles/historia-marcas/historia-youtube>

Statista (19 de febrero de 2024). *TikTok: países con más usuarios del mundo* | Statista. <https://es.statista.com/previsiones/1194946/usuarios-de-tiktok-en-el-mundo-por-pais>

Statista (2 de febrero 2024). *Biggest social media platforms 2024* | Statista. <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

Statista (7 de febrero de 2024). *Distribución por género de los usuarios mundiales de TikTok en 2024*. | Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/1207761/distribucion-por-genero-de-los-usuarios-mundiales-de-tiktok/>

Van Dijck, J. (2019). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI editores.

Villa Rodríguez, A. (2022). *Salud mental, la asignatura pendiente de nuestros jóvenes*. [Trabajo de Final de Grado]. Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/handle/11441/136525>