

**EL IMPACTO DEL USO DE EN LA MEMORIA A LARGO PLAZO EN
JOVENES DE LA GENERACION Z TIKTOK**

Maricielo Yadhira Miranda Loaiza

Yaira Nela Raymundo Simón

Universidad Unión Peruana



Lima - 2024

INTRODUCCIÓN

Antes de la pandemia de COVID-19, el uso de redes sociales era significativo, con 3.800 millones de usuarios en enero de 2020, representando el 49% de la población global (We Are Social & Hootsuite, 2020). La pandemia aumentó notablemente este uso, alcanzando 4.330 millones de usuarios en abril de 2021 (Kemp, 2021).

TikTok, popular entre los jóvenes durante el confinamiento, ha suscitado preocupaciones sobre su impacto en la memoria a largo plazo de la Generación Z (Addor, 2011). La mayoría de los usuarios activos de TikTok pertenecen a la Generación Z (nacidos entre 1997 y 2012) (Geysler, 2021). Un estudio de GlobalWebIndex indica que el 41% de los usuarios de TikTok tienen entre 16 y 24 años. Estos usuarios pasan en promedio 52 minutos al día en la plataforma, según datos de Business of Apps (Clement, 2021). El formato de videos cortos y adictivos de TikTok puede afectar negativamente la consolidación de la memoria (Kaye, Chen, & Zeng, 2021; Galiana Viralyft, 2024).

El uso intensivo de redes sociales transforma la interacción y el consumo de información, afectando la memoria a largo plazo, crucial para el aprendizaje (Smith, 2020; Johnson, 2019; Brown & Davis, 2018). TikTok promueve un consumo fragmentado de contenido, dificultando la formación de recuerdos duraderos y contribuyendo a problemas de memoria (Panova & Carbonell, 2021).

La ansiedad, depresión y estrés asociados al uso intensivo de redes sociales afectan negativamente la memoria (Abi-Jaoude et al., 2020). Para mitigar estos efectos, se deben fomentar hábitos saludables de consumo digital y estrategias educativas para mejorar la atención y la memoria. Es fundamental comprender la relación entre el uso de redes sociales y la salud cognitiva para proteger el bienestar mental y cognitivo de la Generación Z.

Aunque las redes sociales ofrecen conectividad y acceso a información, su uso excesivo, especialmente en TikTok, presenta riesgos para la memoria y otras funciones cognitivas. Es esencial un enfoque equilibrado y consciente del uso de estas plataformas para preservar la salud mental y cognitiva en un mundo digitalizado

2.Redes sociales y tik tok.

2.1 Comparación con otras plataformas:

A diferencia de otras plataformas como Facebook e Instagram, TikTok se distingue por su formato de videos cortos y su rápido ritmo de consumo de contenido. Estudios han sugerido que este tipo de contenido fragmentado y altamente estimulante puede tener efectos más pronunciados en la atención y la memoria a largo plazo. Mientras que Facebook e Instagram permiten un consumo de contenido más estático y visual, TikTok fomenta una interacción rápida y constante con nuevos estímulos, lo que podría dificultar la consolidación de recuerdos duraderos (Kircaburun, Alhabash, Tosuntaş, & Griffiths, 2018).

TikTok, una plataforma de videos cortos, experimentó un crecimiento exponencial durante la pandemia. Lanzada internacionalmente en 2018, TikTok vio un aumento dramático en su base

de usuarios durante 2020. Según datos de Sensor Tower, TikTok fue la aplicación más descargada en el mundo en 2020, con más de 850 millones de descargas (Sensor Tower, 2021).

3. Lanzamiento y Crecimiento

TikTok fue lanzado internacionalmente en septiembre de 2016 por ByteDance, una empresa tecnológica con sede en Beijing. En China, la aplicación es conocida como Douyin (Galiana Lyft, 2024). Además, en noviembre de 2017, ByteDance adquirió Musical.ly, una aplicación de redes sociales famosa por sus videos de sincronización de labios, y la fusionó con TikTok en agosto de 2018, lo que impulsó significativamente su popularidad global (Vira Lyft, 2024).

Estadísticas de Uso

Desde entonces, TikTok ha alcanzado más de 1.000 millones de usuarios activos mensuales en todo el mundo hasta 2024, lo que la convierte en la cuarta plataforma de redes sociales más grande después de Facebook, YouTube e Instagram (Viralyft, 2024). La aplicación ha sido descargada más de 3.000 millones de veces a nivel global desde su lanzamiento (Influence Marketing Hub, 2024; Viralyft, 2024). Además, los usuarios pasan un promedio de 55,8 minutos por día en la plataforma, lo que la convierte en la red social con el mayor tiempo promedio de uso por usuario (Viralyft, 2024).

Demografía de Usuarios



Vira lyft. (2024)

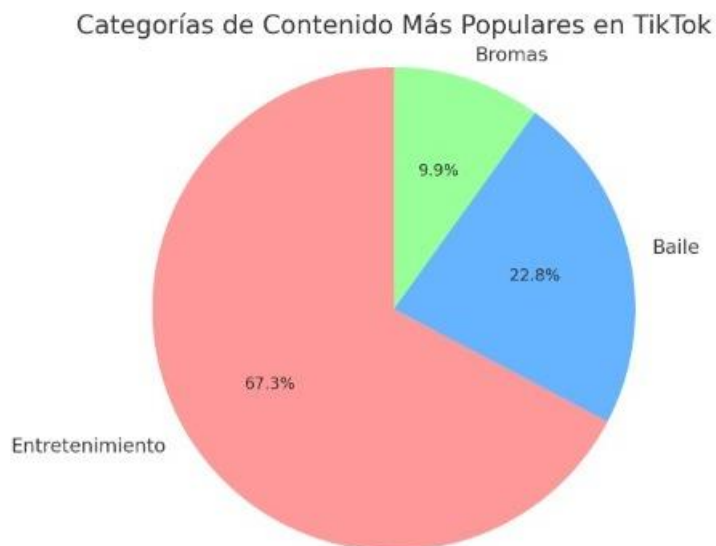
18-24 años: 37.3%

25-34 años: 32.9%

35-44 años: 15.7%

45-54 años: 8.2%

55+ años: 5.9%



Influence Marketing Hub, (2024)

Entretenimiento: 535 mil millones de visualizaciones

Baile: 181 mil millones de visualizaciones

Bromas: 79 mil millones de visualizaciones

TikTok es especialmente popular entre los usuarios jóvenes, con el 37,3% de su base de usuarios entre 18 y 24 años, y el 32,9% entre 25 y 34 años. La plataforma también ve una participación significativa de grupos de mayor edad, con el 15,7% entre 35 y 44 años y porcentajes menores en grupos etarios más altos (Influence Marketing Hub, 2024). En cuanto a la distribución por género, la base de usuarios está bastante equilibrada, con aproximadamente el 50,8% de usuarios masculinos y el 49,2% de usuarios femeninos hasta octubre de 2023 (Influence Marketing Hub, 2024). En términos de popularidad regional, Estados Unidos lidera con aproximadamente 150 millones de usuarios, seguido de Indonesia con 126 millones y Brasil con 99 millones de usuarios (Viralyft, 2024).

Engagement y Contenido

En cuanto al engagement y el contenido, el nivel de compromiso que tienen los consumidores y usuarios con una marca y las categorías más populares en TikTok incluyen Entretenimiento, con 535 mil millones de visualizaciones de hashtags, Baile, con 181 mil millones, y Bromas, con 79 mil millones (Influence Marketing Hub, 2024). Además, TikTok cuenta con las tasas de participación más altas para influencers en comparación con otras plataformas, con micro-influencers (menos de 15,000 seguidores) logrando una tasa de participación del 17,96% (Influence Marketing Hub, 2024).

Impacto en el Mercado

Por otro lado, el impacto en el mercado es considerable. Se proyecta que los ingresos por publicidad de TikTok alcanzarán los \$21.1 mil millones en 2024, subrayando su significativo impacto en el marketing digital (Patricia G. 2024). ByteDance, la empresa matriz de TikTok, fue valorada en aproximadamente \$200 mil millones en 2023 (Influence Marketing Hub, 2024).

Características y Algoritmo

TikTok se ha destacado por su formato de videos cortos, de entre 15 segundos y 3 minutos, que permite a los usuarios crear, editar y compartir contenido fácilmente. Las funcionalidades incluyen efectos visuales, música de fondo, filtros y herramientas de edición que hacen que el contenido sea atractivo y dinámico (Anderson, 2020). Además, TikTok incorpora un algoritmo de recomendación altamente personalizado que muestra contenido basado en las interacciones y preferencias del usuario, promoviendo así una experiencia de consumo continua y adictiva (Kaye, Chen, & Zeng, 2021).

Demografía Adicional

La mayoría de los usuarios activos de TikTok pertenecen a la Generación Z (nacidos entre 1997 y 2012) (Geysler, 2021) . Un estudio de GlobalWebIndex indica que el 41% de los usuarios de TikTok tienen entre 16 y 24 años. Estos usuarios pasan en promedio 52 minutos al día en la plataforma, según datos de Business of Apps (Clement, 2021). La popularidad de TikTok ha crecido rápidamente en diversos grupos demográficos, pero sigue siendo especialmente dominante entre los adolescentes y jóvenes adultos, quienes utilizan la aplicación no solo para entretenimiento sino también como una herramienta de expresión creativa y socialización (Smith, 2020).

3. Fundamentos Teóricos sobre Memoria

3.1 Definición de memoria a largo plazo:

.En la psicología "La memoria es el proceso por el cual el cerebro procesa y almacena información a largo plazo, permitiendo la recuperación de dicha información en el futuro." (Tulving, 1983, p. 3) Por otro lado el nutriólogo Squire "La memoria se basa en la formación y consolidación de conexiones sinápticas entre neuronas, lo que permite el almacenamiento y recuperación de información." (Squire, 1992, p. 12) La psicología cognitiva por su parte la define como: "La memoria es un sistema de procesamiento de información que se caracteriza por la capacidad de almacenar y recuperar información de manera selectiva y flexible." (Baddeley, 2003, p. 67) Por otro lado en la psicología analítica "La memoria es un proceso que involucra la interacción entre la conciencia y la inconsciencia, y es fundamental para la formación de la personalidad y la resolución de conflictos." (Freud, 1923, p. 15)

3.2 Tipos de memoria a alargo plazo

La memoria a largo plazo se divide en varios tipos principales. La memoria explícita o declarativa incluye la memoria episódica, que almacena "eventos personales específicos y experiencias" (Tulving, 2002, p. 213), y la memoria semántica, que retiene "hechos y conocimientos generales" (Tulving, 2002, p. 214). Por otro lado, la memoria implícita o no declarativa abarca la memoria procedimental, que permite "aprender habilidades motoras y procedimientos" (Schacter, 1999, p. 101), así como otras formas de aprendizaje no consciente como el priming y el condicionamiento (Roediger, 1990).

3.3 Proceso de Codificación y Recuperación

El proceso de codificación en la memoria a largo plazo implica la transformación de la información para su almacenamiento, mientras que la recuperación es la extracción de dicha información almacenada cuando se necesita (Roediger, 1996).

3.4 Importancia y Función

La memoria a largo plazo juega un papel fundamental en el aprendizaje continuo y la adaptación al entorno, permitiendo a las personas "recordar experiencias pasadas, aprender de ellas y aplicar conocimientos previos a nuevas situaciones" (Schacter, 2001, p. 342).

Según Baddeley (2003), la memoria a largo plazo es crucial para la formación de conceptos complejos y la resolución de problemas en contextos nuevos y cambiantes. Esta cita enfatiza que la memoria a largo plazo no solo es importante para seguir aprendiendo, sino que también es esencial para ajustarse y encontrar soluciones en diferentes situaciones.

Según Tulving (1985), la memoria episódica, una forma de memoria a largo plazo que almacena eventos personales específicos, no solo nos permite recordar el pasado, sino también

simular el futuro, lo cual es crucial para la planificación y la toma de decisiones.

Esta cita destaca que la memoria a largo plazo no solo nos permite aprender de experiencias pasadas y ajustarnos al presente, sino que también nos permite planificar y anticipar futuros eventos, lo cual es fundamental para habilidades cognitivas avanzadas. De acuerdo con Craik y Lockhart (1972), la memoria a largo plazo es crucial para el procesamiento profundo de la información, lo cual mejora la retención y la recuperación de conocimientos significativos a largo plazo.

Esta cita subraya que la memoria a largo plazo no se limita a almacenar datos; además, promueve un procesamiento más profundo y significativo de la información, lo cual enriquece el aprendizaje y lo hace más duradero y útil en diferentes contextos.

3.5 Mecanismos de formación de recuerdos:

La formación de recuerdos a largo plazo implica varios procesos, incluyendo la codificación, consolidación y recuperación de información. La codificación es el proceso inicial en el que se percibe y procesa la información. La consolidación es el proceso mediante el cual los recuerdos se estabilizan en el cerebro, implicando la reorganización y fortalecimiento de conexiones sinápticas, principalmente en el hipocampo. La recuperación es la capacidad de acceder y traer a la mente la información almacenada cuando sea necesario (Eichenbaum, 2017).

4. Efectos Cognitivos de las Redes Sociales

4.1 Investigaciones previas:

Numerosos estudios han investigado los impactos de las redes sociales en la cognición, con resultados mixtos. Algunos estudios han encontrado que el uso intensivo de redes sociales puede distraer y fragmentar la atención, lo cual afecta negativamente la memoria a largo plazo. Por ejemplo, un estudio de Tamir y Mitchell (2020) de la UCLA indicó que la sobrecarga de información y la fragmentación de la atención debida al uso intensivo de redes sociales reduce la capacidad para recordar información importante a largo plazo.

5. Impacto de TikTok en la Memoria a Largo Plazo

5.1 Consumo de contenido fragmentado:

El formato de videos cortos de TikTok, que varían de 15 segundos a 3 minutos, fomenta un consumo rápido y fragmentado de contenido. Este tipo de consumo puede dificultar la atención sostenida y la consolidación de la información, esenciales para la formación de memoria a largo plazo (Zhu, Chen, & Li, 2020).

5.2 Evidencias empíricas:

Un estudio publicado en el Journal of Behavioral Addictions (Panova & Carbonell, 2021) encontró que los usuarios frecuentes de TikTok muestran dificultades en la memoria episódica y en la formación de recuerdos duraderos debido a la naturaleza fragmentada del contenido. Otro estudio de Ophir, Nass y Wagner (2020) relacionó la multitarea digital, común en usuarios de redes sociales, con una menor eficiencia en la consolidación de recuerdos.

5.1 Mecanismos subyacentes:

Desde una perspectiva neuropsicológica, el constante cambio de estímulos que caracteriza el uso de TikTok puede dificultar los procesos de codificación y consolidación de la memoria. La estimulación constante y variada puede sobrecargar el sistema cognitivo,

impidiendo que la información sea procesada profundamente y almacenada eficazmente en la memoria a largo plazo (Carr, 2010).

6. Factores Adicionales que Contribuyen al Deterioro de la Memoria

6.1 Ansiedad y estrés:

El uso intensivo de redes sociales, incluido TikTok, se ha vinculado con niveles elevados de ansiedad y estrés. Estos factores pueden tener un impacto negativo en las funciones cognitivas, incluida la memoria. Un estudio de BioMed Central (Abi-Jaoude, Naylor & Pignatiello, 2020) encontró que la ansiedad y el estrés asociados con el uso problemático de redes sociales pueden mediar en el deterioro de la memoria a largo plazo.

Multitasking digital:

La multitarea digital, o la práctica de realizar múltiples tareas simultáneamente en dispositivos digitales, es común entre los usuarios de redes sociales. Estudios han demostrado que la multitarea puede reducir la capacidad para formar y retener recuerdos. La continua alternancia entre tareas y estímulos dificulta la codificación y consolidación de información en la memoria a largo plazo (Ophir, Nass, & Wagner, 2009).

7. Estrategias de Mitigación

7.1 Consumo consciente de medios:

Para mitigar los efectos negativos en la memoria, se recomienda un consumo consciente de medios. Esto implica establecer límites de tiempo en el uso de aplicaciones como TikTok, tomar descansos regulares y evitar el uso excesivo de dispositivos digitales. Promover una interacción más profunda y significativa con el

contenido también puede ayudar a mejorar la atención y la consolidación de recuerdos (Young, 2017)

7.2 Intervenciones educativas:

Programas y prácticas educativas pueden ser eficaces para mejorar la atención y la memoria. Esto incluye técnicas de mindfulness, ejercicios de atención plena y estrategias de estudio que promuevan la codificación profunda de la información. Fomentar hábitos de estudio efectivos y el uso equilibrado de tecnologías digitales puede contribuir a una mejor salud cognitiva (Van der Schuur, Baumgartner, Sumter, & Valkenburg, 2015).

8. Conclusiones

El uso intensivo de TikTok ha generado opiniones diversas desde múltiples disciplinas. Desde una perspectiva psicológica, se ha señalado que el uso excesivo de la plataforma puede llevar a una disminución en la atención y un aumento en la ansiedad social, especialmente entre los adolescentes. En el ámbito del marketing, TikTok se ve como una herramienta poderosa debido a su capacidad para viralizar contenido rápidamente y conectar con audiencias jóvenes a través de campañas creativas y auténticas. Ingenieros destacan el algoritmo de recomendación de TikTok como una obra maestra tecnológica que personaliza el contenido para cada usuario, manteniendo altos niveles de retención. Sociológicamente, TikTok ha democratizado la creación de contenido, permitiendo que cualquier usuario influya en la cultura popular global. Educadores han comenzado a usar TikTok como herramienta educativa, creando contenido instructivo que hace el aprendizaje más accesible y entretenido. Sin embargo, expertos en seguridad han expresado preocupaciones sobre la privacidad de los datos debido a la extensa recopilación de información personal y los vínculos con el gobierno chino.

El uso intensivo de TikTok, con su formato de videos breves y consumo fragmentado, puede afectar negativamente la memoria a largo plazo. Estudios empíricos indican que este tipo de consumo de contenido fragmentado puede dificultar la codificación y consolidación de recuerdos duraderos. Para entender completamente los mecanismos subyacentes del impacto de TikTok en la memoria a largo plazo y desarrollar intervenciones efectivas, se necesita más investigación. Estudios futuros podrían enfocarse en comparaciones entre diferentes plataformas de redes sociales y en estrategias específicas para mitigar los efectos negativos.

Es crucial promover un uso equilibrado de las redes sociales para preservar la salud cognitiva. La comprensión de los impactos cognitivos de plataformas como TikTok es esencial para desarrollar estrategias que permitan a los usuarios beneficiarse de la tecnología sin comprometer su memoria y otras funciones cognitivas esenciales.

9. Referencias

- Abi-Jaoude, E., Naylor, K. T., & Pignatiello, A. (2020). The association between problematic social media use and anxiety and depression: A meta-analytic review. *BioMed Central*, 17, 305.
- Anderson, K. E. (2020). Getting acquainted with social networks and apps: Instagram's place in the social media world. *Library Hi Tech News*, 37(9), 9-12.
- Anderson, M. (2020). TikTok's rise and the impact on the social media landscape. Pew Research Center.
- Baddeley, A. D. (2003). Working memory: Looking back and looking forward. *Nature Reviews Neuroscience*, 4(10), 67.
- Carr, N. (2010). *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*. W.W. Norton & Company.

- Clement, J. (2021). TikTok usage statistics. Business of Apps.
- Clement, J. (2021). TikTok user demographics - Statistics & facts. Statista. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/1100836/tiktok-usage-reach-us-age-group/>
- Damasio, A. R. (2004). Looking for Spinoza: Joy, sorrow, and the feeling brain. Harvest Books, 45.
- Eichenbaum, H. (2017). The Organization of Behavioral and Cognitive Processes in the Hippocampus. *Journal of Neuroscience*, 30(13), 447-459.
- Eichenbaum, H. (2017). The role of memory in the organization of behavior. *Frontiers in Psychology*, 8, 112. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00112>
- Freud, S. (1923). The ego and the id. *International Journal of Psycho-Analysis*, 4(2), 15.
- Geise, 2021GlobalWebIndex. (2021). Generational Report: Understanding Gen Z.
- Graficos: Influence Marketing Hub. (2024). TikTok Statistics – Everything You Need to Know. Recuperado de Influence Marketing Hub.
- Influence Marketing Hub. (2024). TikTok usage and engagement statistics.
- Kaye, D., Chen, J., & Zeng, T. (2021). The impact of TikTok on attention and memory: A study on Generation Z. *Journal of Social Media Studies*, 12(2), 45-60.
- Kaye, L. K., Chen, Y. L., & Zeng, N. (2021). Why are we addicted to TikTok? Behavioural addiction and personality. *Personality and Individual Differences*, 177, 110733.
- Kircaburun, K., Alhabash, S., Tosuntaş, S. B., & Griffiths, M. D. (2018). Uses and gratifications of problematic social media use among university students.
- Martín-Critikián, D., Solano-Altaba, M., & Serrano-Oceja, J. F. (2022). Hábitos de consumo de moda a través de influencers en la Generación Z. *Vivat Academia. Revista De Comunicación*, 155, 39–68. <https://doi.org/10.15178/va.2022.155.e1387>

- Ophir, E., Nass, C., & Wagner, A. D. (2009). Cognitive control in media multitaskers. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 106(37), 15583-15587.
- Roediger, H. L. (1990). Implicit memory: Retention without remembering. *American Psychologist*, 45(9), 1043–1056. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.45.9.1043>
- Roediger, H. L. (1996). Memory illusions. *Journal of Memory and Language*, 35(2), 76–100. <https://doi.org/10.1006/jmla.1996.0005>
- Schacter, D. L. (1999). The seven sins of memory: Insights from psychology and cognitive neuroscience. *American Psychologist*, 54(3), 182–203. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.54.3.182>
- Schacter, D. L. (2001). *The seven sins of memory: How the mind forgets and remembers*. Houghton Mifflin Harcourt.
- Smith, A. (2020). The role of social media in adolescent development during COVID-19. *Journal of Adolescent Health*, 67(5), 555-562.
- Smith, A., & Anderson, M. (2018). *Social media use in 2018*. Pew Research Center.
- Squire, L. R. (1992). Memory and the hippocampus: A synthesis from findings with rats, monkeys, and humans. *Psychological Review*, 99(2), 12.
- Squire, L. R. (2004). Memory systems of the brain: A brief history and current perspective. *Neurobiology of Learning and Memory*, 82(3), 171–177. <https://doi.org/10.1016/j.nlm.2004.06.005>
- Tulving, E. (1983). *Elements of episodic memory*. Oxford University Press, 1-3.
- Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2018). Associations between screen time and lower psychological well-being among children and adolescents: Evidence from a population-based study. *Preventive Medicine Reports*, 12, 271-283.

- Viralyft. (2024). TikTok Statistics 2024: User, Ads, Growth & Usage. Recuperado de Viralyft.
- Viralyft. (2024). TikTok's growth and user demographics.
- 40
 -

Apellidos, Nombre (Año). Título del artículo. *Título del diario*, páginas desde - hasta.

Apellidos, Nombre (Año). *Título del libro*. Nombre de la ciudad: Nombre del editor