



12

El Rancagüino
Domingo 15 de Marzo de 2026

TIKTOK ES EL NUEVO GOOGLE



Nora Cifuentes / EFE Reportajes.

Buscar en internet. Durante más de dos décadas, el verbo "googlear" se erigió no solo como una acción cotidiana, sino como el sinónimo indiscutible de la comprobación. Ante cualquier incertidumbre, la solución estaba clara: escribir la duda o concepto, pulsar "enter" y aguardar a que una sobria lista de enlaces azules dictaminara el camino a seguir. Sin embargo, ese ecosistema en el que el conocimiento del mundo cabía en un rectángulo blanco se está desmoronando. Para las generaciones que han crecido con el pulgar en movimiento perpetuo, el buscador por defecto ya no es un motor de texto, sino un flujo infinito de videos verticales e imágenes propulsadas por algoritmos que parecen predecir el deseo antes de que haya sido formulado. En este nuevo escenario, TikTok ha trascendido su etiqueta de plataforma para el baile y el entretenimiento rápido y se ha transformado en el epi-

centro de la curiosidad humana, como una suerte de nuevo oráculo digital. Es la nueva fuente de consulta para millones de jóvenes en todo el globo.

CUANDO UN VÍDEO VALE MÁS QUE MIL PALABRAS

Las estadísticas confirman este cambio de guardia en el tablero digital. Según revela una encuesta de Sprout Social, un 41 % de la Generación Z ya prioriza las redes sociales como puerto de entrada a la información, desplazando por primera vez a los motores de búsqueda convencionales, que han quedado relegados a un 32 %.

Este trasvase de confianza no responde a un capricho generacional ni a una moda efímera, sino a una exigencia, cada vez más normalizada, de inmediatez y, sobre todo, de autenticidad... Aunque esta última sea a veces simulada.

Para los jóvenes de la Generación Z (aquellos nacidos entre 1997 y 2012), el modelo anterior ha quedado obsoleto. Ya sea para aprender a reparar la rueda de una bicicleta o para comprobar la eficacia de un nuevo cosmético, los usuarios no están dispuestos

continúa