



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS**

**SOCIALES**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**Tema:**

---

**“USO DE LA PLATAFORMA TIK TOK Y EL APRENDIZAJE EN  
ESTUDIANTES DE BACHILLERATO DURANTE LA PANDEMIA DE  
COVID 19”**

---

Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación

**AUTORA:**

Alison Nicole Ibarra López

**TUTOR:**

Dr. Walter Francisco Viteri Torres, Mg.

**AMBATO – ECUADOR**

**2022**

## **APROBACION DEL TUTOR**

### **CERTIFICA:**

Que la señorita ALISON NICOLE IBARRA LOPEZ, portadora de la CC 1805064910, habilitado para obtener el Título de Tercer Nivel; ha concluido su Trabajo de Titulación, Modalidad TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR – PROYECTO DE INVESTIGACION; sobre el Tema: “USO DE LA PLATAFORMA TIK TOK Y EL APRENDIZAJE EN ESTUDIANTES DE BACHILLERATO DURANTE LA PANDEMIA DE COVID 19”, previo a la obtencion del titulo de Licenciada en Comunicación; por lo que, en calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, certifico de la autenticidad del mencionado Trabajo, y de haberle orientado durante todo el proceso.

Ambato, 15 de julio del 2022

-----  
Dr. Walter Viteri Torres, Mg

PROFESOR/ TUTOR

TRABAJO DE TITULACION

## AUTORIA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Los conceptos, contenidos, criterios, análisis, conclusiones, recomendaciones y propuestas emitidas en el trabajo de investigación: “USO DE LA PLATAFORMA TIK TOK Y EL APRENDIZAJE EN ESTUDIANTES DE BACHILLERATO DURANTE LA PANDEMIA DE COVID 19”, son de exclusiva responsabilidad del autor.

Ambato, 15 de julio de 2022

A handwritten signature in blue ink, reading "Alison Ibarra", with a large, stylized flourish underneath.

.....

Alison Nicole Ibarra López

CC.1805064910

AUTORA

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta Tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales del presente trabajo de investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta Tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, 15 de julio de 2022



.....  
Alison Nicole Ibarra López

CC. 1805064910

**AUTORA**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el trabajo de investigación sobre el tema: “USO DE LA PLATAFORMA TIK TOK Y EL APRENDIZAJE EN ESTUDIANTES DE BACHILLERATO DURANTE LA PANDEMIA DE COVID 19” presentado por la señorita Alison Nicole Ibarra López, de conformidad con el reglamento de Graduación para obtener Título de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato,..... de 2022

Para constancia firman

.....

**PRESIDENTE/A**

.....

Miembro del Tribunal

.....

Miembro del Tribunal

## **DEDICATORIA**

A mis padres Víctor y Alicia, quienes han sido un apoyo esencial dentro de toda mi vida académica, gracias a ellos he podido cumplir lo que me he propuesto, por sus consejos, palabras y presencia en cada uno de mis sueños y metas.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a todas las personas que fueron parte de mi vida académica durante todo este tiempo y en especial a mis padres, hermanos y amigos quienes siempre estuvieron conmigo.

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

### ÍNDICE DE CONTENIDOS

TEMA: .....	i
AUTORA: .....	i
TUTOR: .....	i
APROBACION DEL TUTOR.....	ii
AUTORIA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN .....	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO .....	v
DEDICATORIA .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
AGRADECIMIENTO .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	x
ÍNDICE DE GRAFICOS .....	xi
RESUMEN EJECUTIVO .....	xii
ABSTRACT.....	xiii
CAPÍTULO 1 .....	1
MARCO TEÓRICO.....	1
1.1 Antecedentes Investigativos .....	1
1.2 Categorías Fundamentales.....	7
1.2.1 TICS.....	7
1.2.2 TIKTOK.....	10
1.2.3 GENERACION Z.....	12
1.2.4 ENTRETENIMIENTO .....	15
1.2.5 FAKE NEWS.....	18
1.2.6 EDUCACION .....	20
1.3 OBJETIVOS.....	22
1.3.1 Objetivo General.....	22
1.3.2 Objetivos Específicos .....	22
CAPÍTULO II .....	23
METODOLOGÍA .....	23
GUÍA DEL GRUPO FOCAL.....	25



ENCUESTA BAJO ESCALA DE LIKERT .....	27
CAPÍTULO III .....	30
RESULTADOS Y DISCUSION .....	30
3.1 Análisis y discusión de resultado de la encuesta .....	30
3.2 Análisis y Discusión de resultado del grupo focal .....	39
CAPÍTULO IV .....	57
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	57
MATERIALES DE REFERENCIA .....	58

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla #1 Pregunta N1.....	30
Tabla #2. Pregunta N2.....	32
Tabla #3. Pregunta N3.....	33
Tabla #4. Pregunta N4.....	35
Tabla #5. Pregunta N5.....	36
Tabla #6. Pregunta N6.....	38
Tabla de tabulacion grupo focal.....	55
Tabla de comprobacion de hipótesis.....	56

## ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico #1. Pregunta N1 .....	31
Gráfico #2. Pregunta N2.....	32
Gráfico #3. Pregunta N3.....	34
Gráfico #4. Pregunta N4.....	35
Gráfico #5. Pregunta N5.....	37
Gráfico #6. Pregunta N6.....	38

## RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se enfocará en el estudio de las razones por las cuales los jóvenes entre 15 y 18 años, durante la pandemia de covid 19 se han visto atraídos por las plataformas digitales, especialmente TikTok, debido a que la misma ha subido en número de descargas en estos dos últimos años y la generación Z es la más vulnerable a este tipo de entretenimiento. Este trabajo permitirá mostrar los cambios que se han venido dando en esta generación Z, donde los jóvenes son los más conectados con la tecnología, las redes sociales y el consumo de plataformas de entretenimiento. Durante la pandemia por Covid 19 la sociedad ha presentado cambios bruscos en todos los aspectos, sin embargo, el proceso de adaptación acelerado ha sido evidente en las generaciones, por lo cual, es necesario saber que actualmente las redes sociales influye en muchos casos en el desarrollo de los jóvenes. Parte de la labor realizada con esta investigación es conocer acerca de una amenaza, que posiblemente no es considerada así, pero influye de manera significativa en el desarrollo si no es controlada por cada quien. También las técnicas de investigación son necesarias para poder investigar a profundidad el tema, siempre y cuando las fuentes sean eficaces para obtener buenas conclusiones, debido a que las redes sociales cada vez tiene un papel fundamental como pieza intermediaria en la interacción.

**Palabras claves:** TikTok, entretenimiento, generación Z, TICS, noticias falsas, educación

## **ABSTRACT**

This research will focus on the study of the reasons why young people between 15 and 18 years old, during the covid 19 pandemic, have been attracted to digital platforms, especially TikTok, because it has increased in number of downloads in the last two years and generation Z is the most vulnerable to this type of entertainment. This work will show the changes that have been taking place in this generation Z, where young people are the most connected with technology, social networks and the consumption of entertainment platforms. During the Covid 19 pandemic, society has presented sudden changes in all aspects, however, the accelerated process of adaptation in generations has been evidenced, so it is necessary to know that social networks currently influence development in many cases Of the youngs. Part of the work carried out with this research is knowing a threat, which may not be considered that way, but it significantly influences development if it is not controlled by everyone. Research techniques are also necessary to be able to investigate in depth on the subject, as long as the sources are effective to obtain good conclusions, since social networks increasingly play a fundamental role as an intermediary piece in the interaction.

**Keywords:** TikTok, entertainment, generation Z, TICS, Fake news, education

# CAPÍTULO 1

## MARCO TEÓRICO

### 1.1 Antecedentes Investigativos

Las redes sociales son utilizadas por los individuos, debido a que permiten lograr una comunicación interactiva en este sentido para Herrera (2012), en su investigación “las redes sociales: una nueva herramienta de difusión”.

De esta manera Herrera considera que las redes sociales se han convertido en una necesidad de pertenencia social, debido a que el posicionamiento ya sea de empresas, bienes o servicios logran una comunicación fluida y eficaz. Por ende, la Internet está cambiando la sociedad y está transformando la manera de vender productos, servicios y las nuevas generaciones son consumistas.

El estudio contempla una investigación basándonos en una metodología cualitativa, en donde, su objetivo es identificar el impacto de las redes sociales en pandemia y se obtuvo como conclusión que las redes han generado un gran impacto en la sociedad, debido a que, las personas cada día crean mayor curiosidad y disposición a usar nuevos instrumentos que permiten una mejor interacción, sin embargo, procurar darles un uso inteligente siempre será mejor.

Según Rigo (2020), la industria mediática hizo uso del fenómeno de TikTok y comenzó a incorporarlo de manera incipiente como una herramienta para nuevos contenidos digitales.

En una realidad atravesada por la pandemia y la consecuente cuarentena donde el aislamiento se instaló; las redes sociales reafirmaron su protagonismo y una de sus principales características es la comunicación y conexión.

En este contexto se contempla una metodología cualitativa con el objetivo de analizar la convergencia mediática de la plataforma durante la pandemia de COVID 19 y se obtuvo como resultado que TikTok está experimentando su máxima explosión, sin embargo, habría que preguntarse ¿Qué más tiene para ofrecer? Y ¿Cuál es el rol que tomarán las industrias por no quedarse afuera de esta plataforma?

Según Besalú (2020), las redes sociales como Twitter, TikTok, Facebook e Instagram son plataformas de uso masivo en las que circulan gran información y a la vez desinformación. En este contexto este tipo de redes sociales son las garantías de los que no tienen voz en medios convencionales, debido a que pueden disponer de un espacio para expresarse y cuestionar verdades oficiales en nuestra sociedad.

Esta investigación fue realizada con el objetivo de evaluar como la televisión se ha adaptado a la situación y como los ciudadanos han cambiado sus hábitos de consumo televisivo por un consumo más mediático, por ende, se aplicó una metodología cualitativa para analizar este escenario y se obtuvo como resultado que el peligro de la desinformación no ha disminuido y los medios convencionales como la televisión se encuentran inmersos en una menor prevalencia, de tal manera, es necesario protegerlos.

Según Álvarez (2020), la generación Z ha crecido rodeada de tecnología, por ende las redes sociales han presentado un avance a la hora de comunicarnos con otras personas o entretenernos en nuestro día a día (p. 2).

En este contexto se ha intensificado la presión de pertenecer a la comunidad y el tener más seguidores o más likes se ha vuelto una prioridad. Con la llegada de la red social TikTok se ha cambiado la manera de crear contenido de una manera única y divertida. Esta investigación fue llevada a cabo con el objetivo de determinar si la red social TikTok es diferente a otras en cuanto a los contenidos que transmiten los denominados

influencers o Tiktokers, y para esto se llevó a cabo una metodología cualitativa, donde se obtuvo como resultado que la presión social a la que están sometidos los jóvenes ha aumentado durante la pandemia, sin embargo, los famosos haters representan una crítica de la sociedad que enfrentan aquellos que salen de las normas o estándares de belleza establecidos.

Para Palao (2020) las marcas han crecido gracias a las redes sociales y a la influencia que tienen sobre los jóvenes y el gran crecimiento de estas ha experimentado gran efectividad. En tal sentido el algoritmo de TikTok hace más sencilla la edición de vídeo y sugiere música, filtros y hashtags basándose en las publicaciones que son tendencia en ese momento (Lukyanov, 2019).

Esta investigación fue llevada a cabo con el objetivo de analizar el rápido crecimiento de TikTok y averiguar qué factores han propiciado este crecimiento y cómo afectará al resto de plataformas. Para ello se realizó un análisis DAFO y uso de una metodología cualitativa para conocer los puntos fuertes y débiles de cada aplicación y un estudio sobre los testimonios de usuarios y expertos de TikTok, donde, se obtuvo como resultado que lo que más atrae al público a TikTok es el contenido creativo y original al igual que la popularidad que se puede tener con tan solo subir contenido continuamente.

Para Álvarez, Ponce, Romero & Manuel (2019) cada generación, cada época, están marcados por momentos y acontecimientos que comparten entre grupo determinado por sus hábitos y consumos, por ende, la generación Z de la cual son parte muchos jóvenes tienen una respuesta inmediata en un deseo de continua interacción porque tienen más facilidad y libertad para desenvolverse en entornos digitales.

Esta investigación fue llevada a cabo, a través de una metodología mixta sobre una muestra de adolescentes y un estudio de sus creencias sobre las redes sociales y el uso



que hace en ellas con el objetivo de analizar como la generación Z ha ido evolucionando 10 e incorporándose a las necesidades vitales de la sociedad, se obtuvo como resultado que esta generación consideran a la web como un recuerdo de socialización.

Desde la perspectiva del consumo este se encuentra asociado a los procesos de identificación especialmente juvenil, ya que los jóvenes consumen para fortalecer su identidad y a la vez para diferenciarse de los otros (Berrios, 2007).

La belleza corporal, el cuidado, la moda y la exhibición que se muestran a través de las nuevas tecnologías hacen que la persona quede reducida a su apariencia, surgiendo así dificultades para tener vínculos con los demás (Balardini, 1997).

De esta manera, esta investigación está realizada con el objetivo de justificar la necesidad de una educación que estimule la reflexión de los adolescentes ante los medios tecnológicos y su consumo desmedido en la sociedad y se llevó a cabo una metodología cualitativa por las nuevas formas de reorganización social y se obtuvo como resultado que las mismas empresas son aquellas que fomentan valores consumistas y materialistas que están sustituyendo los valores tradicionales.

Para Conde (2021), los adolescentes se han convertido en creadores de contenido, desde la aparición de TikTok en 2017, donde se han sectorizado los mecanismos sociales de intercambio de información.

En este contexto, conocer los cambios más destacados de la estructura mediática de TikTok y las competencias es esencial y para esto se ha utilizado una metodología cualitativa basada en el análisis comunicativo y competencial que se realizan en esta nueva red.

Como resultado se pudo obtener que el grado de interacción de TikTok es relativamente alto, no solo por el número de seguidores de los usuarios sino también

por la interacción que se miden corazones que se reciben en los videos interactuando, de esta manera con el fin de crear una comunidad muy intensa dentro de la plataforma. Para Grados & Gabriela (2020), las marcas han aprovechado el crecimiento tecnológico del Smartphone para estar más cerca de los usuarios y lo están logrando a través de redes sociales. A partir de este estudio se aportan nuevos datos sobre la interacción que lleva esta red social, debido a que busca conocer las percepciones e intereses de los usuarios de TikTok, de tal manera que, las distintas marcas puedan usar esto para adaptarlo a distintos mensajes, por ende, el objetivo principal es conocer los beneficios que obtendrían los jóvenes al estar en constante interacción tomando en cuenta las diversas opciones para generar contenido.

Como resultados se pudo obtener que cada año TikTok ha logrado alcanzar el 51 % en descargas, sin embargo, el año 2020 no ha sido la excepción, porque las personas han tenido más tiempo para realizar actividades de entretenimiento y esta ha sido la causa principal para que la plataforma surja de manera imponente.

Las redes sociales serían una de las soluciones multifacéticas, para hacer frente a la pandemia y facilitar la prestación de atención óptima y minimizar el riesgo de exposición directa-física, aprovechando las nuevas tecnologías asequibles y atractivas, siendo de esta manera, la única forma con la que la humanidad se prepare para afrontar su nueva realidad y específicamente para afrontar una próxima pandemia que podría llegar en un futuro no muy lejano (Márquez, 2020).

Para esta investigación se aplicó una metodología cualitativa y cuantitativa de enfoque inductivo, utilizando como el análisis de contenido para determinar el área de interacción.

El objetivo principal que se llevó a cabo es analizar la repercusión mediática de las etiquetas de TikTok expuestas durante la pandemia, por ende, los resultados se basan

en una difusión de temas relacionados con el COVID 19, siendo así el etiquetado social más indispensable para la propagación de mensajes.

Las tecnologías cada vez más personalizadas nos hablan de otras propuestas que nuevamente se conectan con fuerza con los jóvenes, porque la época que ellos conocen como única es una donde conviven esfuerzos por reconstruir lo colectivo y a la vez un relato de mercado que los interpela como individuos y subjetividades, donde el yo ocupa el primer lugar. No es nada casual que sean los jóvenes los que han utilizado mayormente las nuevas tecnologías para dar testimonio de que están en el mundo (Saintout, 2013, p. 95).

Esta investigación se basa en una metodología cualitativa con el objetivo de conocer las culturas juveniles de los jóvenes a través del estudio de lo que hacen en su tiempo libre y como conclusión de esta investigación de la Universidad Nacional de la Plata, Argentina se obtuvo que el repentino aumento del tiempo libre provocado por las medidas de aislamiento provocó que la app tenga millones de descargas, debido a que las culturas juveniles toman a la conectividad como la forma principal de sociabilidad. Según Ríos (2021) se puede observar que los Tiktokers generan diferente tipo de contenido y agregar su estilo propio. Sin embargo, se identificó que todos realizan publicidad de distintas empresas, ya sea de manera directa o indirecta.

El objetivo con el que esta investigación fue llevada a cabo es analizar el contenido que brindan los Tiktokers de Ecuador y de qué manera se benefician de esta plataforma, a través de un método analítico, en donde se utilizó las herramientas digitales para la recolección de información, al igual que la elección y recopilación de datos de los Tiktokers seleccionados del país.

Los resultados que se pudieron obtener son que a pesar del contenido que simplemente usando el famoso hashtag con el nombre de la empresa o emprendimiento.

Para Bermejo (2021), la comunicación se basa en el elemento visual donde prevalecen los videos, imágenes y donde los contenidos concretos ayudan a comprender las inquietudes de las personas.

Con este trabajo se requiere analizar la repercusión que la red social TikTok, como medio de comunicación, ha tenido en la sociedad en los meses de confinamiento y siendo explorado por el escenario del periodismo de actualidad. Todo será llevado a través de un método de investigación cualitativo que se realizara mediante dos fichas de contenido aplicadas a publicaciones de otros medios de comunicación, obteniendo como resultados que el confinamiento sirvió como “salvavidas” para los usuarios que buscaban comunicación u otra forma de distracción y esto le permitió a la plataforma seguir creciendo.

## **1.2 Categorías Fundamentales**

### **1.2.1 TICS**

En la actualidad un salón de clases ha dejado de ser el único canal de comunicación, desde la propagación del COVID-19, adaptar una nueva normalidad requiere algo más que reemplazar recursos didácticos. Todos los centros educativos se enfrentan al desafío de utilizar tecnologías de la información y comunicación. Las tecnologías de información y comunicación (TIC) están transformando nuestra vida personal y profesional.

Están cambiando las formas de acceso al conocimiento y de aprendizaje, los modos de comunicación y la manera de relacionarnos, a tal punto que la generación, procesamiento y transmisión de información se está convirtiendo en factor de poder y productividad en la "sociedad informacional" (Castells, 1997).

Los cambios en las estrategias de enseñanza exigen que el profesor, además de dominar el contenido curricular, tenga conocimiento de los procesos implicados en el

aprendizaje, adaptándose de esta manera a las necesidades para poder ofrecer una realimentación durante el proceso.

Hoy más que nunca, el docente tiene que cambiar las prácticas pedagógicas, recreando e inventando modos para que las TIC entren en los procesos de formación, porque las exigencias que hoy se está planteando la sociedad, requiere más que aprender contenido, ser capaces de aprender de forma independiente para solucionar problemas. Para Castells (1997) las nuevas tecnologías de la información están integrando al mundo en redes globales de instrumentalidad. La comunicación a través del ordenador engendra un vastodespliegue de comunidades virtuales.

Las TIC han evolucionado a un buen ritmo con una responsabilidad social por parte de las (IES) Instituciones de Educación Superior y se ha visto la necesidad de incorporarlas en la educación, lo cual se ha visibilizado en los últimos años involucrando así nuevos escenarios de ambiente y aprendizaje.

Para la integración de las TIC no se tiene que adquirir necesariamente un título como informático, sino como usuario, ante la incursión de diversos ordenadores en los ámbitos de nuestra vida social, trabajo, escuela, etc. Ahora se puede ver que un computador, además de ser un objeto, constituye un medio para la enseñanza.

Las tecnologías de la información y la comunicación se caracterizan principalmente por su carácter interactivo e instantáneo. Además, gracias a estas es posible generar un escenario propicio para la generación de contenido en una escala global, lo que resulta fundamental para la democratización de la información (Rodríguez, 2020).

Entender que las TIC no solo juegan un papel importante en el proceso educativo, sino que se debe analizar que están presentes en todo momento y por ende, requieren el proceso de gestión para facilitar el manejo eficiente y eficaz de la información.

En este contexto dentro de la vida cotidiana están presentes en escenarios como

educación, cultura, medicina, comunicación y finanzas, debido a que ha sido uno de los mayores cambios que ha tenido el siglo XXI al experimentar en redes y comunicaciones, además gracias a esto es posible generar un escenario propicio para la nueva generación de contenido.

Las TIC dentro del sector financiero ha logrado modificar la interacción con el cliente, como por ejemplo los cajeros automáticos y las bancas online, en donde ya no es necesario en varios casos acercarse a una ventanilla para poder realizar algún trámite, ya sea depósito, retiros o transferencias.

Dentro del sector cultural se ha podido evidenciar la evolución de las bibliotecas tradiciones viéndolas pasarse a las famosas bibliotecas virtuales, gracias a Internet se hace más fácil la revisión de libros, revistas o artículos para la formación académica. De igual manera, el papel importante que juegan las TIC dentro del ámbito de medicina porque estas pueden emplearse en los centros de salud, por ejemplo, actualmente en los centros ya no es necesario hacer largas filas desde la madrugada para poder obtener un turno para una consulta médica, sino que todo se vuelve más complicado a través de un sistema de información hospitalaria que se pueden consultar a través de un ordenador en una página web.

Los beneficios que las TIC nos ofrecen en la vida cotidiana es que puede romper con las barreras físicas de la comunicación interpersonal, acercando de forma instantánea a las personas que se encuentran lejos geográficamente, además de proveer a las personas una fuente infinita de información en cualquier lugar que se encuentre siempre que cuenten con acceso a Internet. Pero no siempre el uso de las TIC suele resultar provechoso en un 100% porque de la misma forma en como estas pueden proveer de gran cantidad de información, nadie garantiza que esta sea de una fuente confiable, lo que hace que el aprendizaje se vea desfavorecido e incluso es posible que haya

interpretaciones erróneas.

En este sentido, el uso de las tecnologías ofrece a las personas que se quieran educar una nueva forma de hacerlo, pues el sujeto pasa de ser dependiente de un docente a ser autónomo y capaz. En un futuro no muy lejano, el desarrollo de las TIC será tan inmensa que tendremos que adaptarnos por completo a este tipo de tecnología y solo sobrevivirán los más capaces a esta nueva era tecnológica, ya que el trabajo manual que aún se realiza será sustituido por máquinas y el uso de las TIC será indispensable en la vida.

### **1.2.2 TIKTOK**

Tik Tok es una red social lanzada al mercado chino en 2016 y al mercado internacional en 2017. En 2018 fue la aplicación móvil más descargada en EEUU y en más de 50 países, debido a que tiene más de 800 millones de usuarios activos mensuales, el 41% de ellos tienen entre 16 y 24 años, es decir, la población más joven a diferencia de otras redes sociales.

Debido a la pandemia por Covid 19 y la necesidad del distanciamiento físico que ha obligado a las personas a mantener en sus casas en el año 2020 esta plataforma se convirtió en una de las utilizadas, en marzo del mismo año Tik Tok alcanzó más de 75 millones de descargas, posicionándola de esta manera en la red social más famosa después de Facebook.

El aislamiento a partir de la pandemia de Covid 19, cambió la vida de todas las personas y lo virtual empezó a reemplazar al mundo en todo sentido inclusive en su modo de entretenimiento, por ende, una manera de conocer las culturas juveniles actuales es a través, del estudio de las actividades de su tiempo libre.

Por ende, la plataforma de Tik Tok se ha posicionado de una manera tan eficaz que los jóvenes buscan nuevas experiencias en ella y precisamente cumple con los requisitos

para ser su favorita; esta nueva generación de jóvenes se siente atraída por contenido corto y divertido que lo encuentran en esta red social.

Según Van Dijck (2016). En los medios la conectividad está organizada alrededor de opciones como “me gusta”, “me encanta” o el “like”. Estos son reacciones que se presentan de manera sencilla para mostrar afecto y preferencia de contenido. La enorme masa con la que cuenta esta plataforma adquiere un valor (popularidad) y esto es lo que se privilegia primero, ya que se premian a los perfiles “populares” y esta expresan la concentración de conexiones debido a los botones y funciones de las redes sociales; esta plataforma impulsa a los usuarios a que busquen promocionarse a través de la publicidad como un bien que hay que vender o consumir. A diferencia de cualquier otra red social, Tik Tok tiene un algoritmo que le otorga mayor peso a las interacciones, sin embargo, esta red social se maneja mucho con etiquetas “hashtag” para volverlos virales o en tendencia.

La cultura de la generación Z es totalmente digitalizada porque son considerados creadores de contenido, además son más globalizados. Con la llegada de las redes sociales también llegaron a posicionarse los famosos “influencers” cumpliendo de esta manera la misma función que cumplen los Youtubers, Instagramers y TikTokers.

A raíz del surgimiento de los influencers en esta red social “Tik Tok” se ha constituido una comunidad llamada “The Hype House” en donde invitan a un grupo de TikTokers a una casa para crear contenido en conjunto, en donde todos llevan una edad entre 17 y 22 años; creadores de contenido.

Para Van Dijck (2016) la cultura participativa era la expresión en boga a la hora de dar cuenta del potencial de internet para alimentar conexiones y construir comunidades. Varias plataformas hicieron suyo este espíritu enardecido al comenzar a hacer de la red un medio más social.



La sociedad red es pues una sociedad global. Ello no significa, sin embargo, que las personas de todo el mundo participen en las redes. De hecho, por ahora, la mayoría no lo hace. Pero todo el mundo se ve afectado por los procesos que tienen lugar en las redes globales de esta estructura social (Castells, 2009).

Con la llegada de la plataforma de Tik Tok la adición en las personas es notoria, debido a que, en promedio de 52 minutos o más al día los usuarios pasan en ella y de acuerdo con las cifras de su página, nueve de cada diez usuarios están haciendo videos o viéndolos varias veces al día. Cada vez más niños aspiran a ser tik tokers cuando sean grandes y conseguir millones de seguidores, sin embargo, despliega una serie de desafíos que probar y rutinas de baile que aprender.

Van Dijck (2019) se muestra crítico, puesto que considera que los adolescentes usan las redes sociales principalmente como herramientas de autopromoción personal en las que muestran sus estilos de vida y personalidad con el objetivo de ofrecer a sus seguidores contenido que les otorguen finalidades colaborativas en la necesidad de influir a los demás y de sentirse útiles para la sociedad.

El uso de la plataforma TikTok se ha convertido en un medio influyente en la vida de los jóvenes, en particular para salir de la rutina diaria, convirtiéndose así en una plataforma de ocio y entretenimiento, aunque también ha llamado la atención en políticos, profesionales y personas por los beneficios que brinda la plataforma.

### **1.2.3 GENERACION Z**

Cada generación, cada época y cada año están marcados por momentos y acontecimientos que convierten a las personas en un grupo, caracterizándolo por sus hábitos, consumos y forma de ser, en donde, las tecnologías de la información juegan un papel muy importante, en todos los ámbitos como políticos, sociales económicos etc.

Centrándonos en la Generación Z, se la puede catalogar como un grupo con rasgos peculiares, debido a que, están habitualmente acostumbrados a comunicarse y relacionarse a cada momento buscando el compartir con otras personas en tiempo real y comprende a las personas nacidas entre 1990 a 2010, por ende, esta generación tiene como característica principal el ser 100% digitales, es decir, casi siempre están conectados a Internet y sus plataformas de entretenimiento favoritas son Netflix, YouTube y TikTok.

En las cualidades de este grupo se puede destacar la respuesta inmediata y su deseo por estar en continua interacción con los demás es necesaria, además, son expertos y competentes en el uso de las diferentes tecnologías de la información de tal manera que se han vuelto muy autodidactas. A estas características envueltas con la modernidad líquida explicada por Zygmunt Bauman, en donde, este término se acuña debido a la flexibilidad de adaptación que tiene la hoy presente generación Z de jóvenes porque el pensamiento líquido no se adhiere, ni se transforma; solamente se acopla a los cambios. Asimismo, lo líquido no se fija en ningún espacio y por ende, no es posible detenerlo fácilmente.

Según Bauman (2003) la cultura líquida moderna ya no siente que es una cultura de aprendizaje y acumulación, como las culturas registradas y a cambio se nos aparece una cultura de desapego de la discontinuidad y el olvido.

En este sentido, la generación Z se está convirtiendo en una cultura de desapego y olvido, porque actualmente los jóvenes viven tan inmersos en la tecnología que se están olvidando del mundo exterior, transforman de esta manera su vida normal en una “cibervida”.

Las nuevas tecnologías para la Generación Z incitan a fomentar el individualismo y no hablando necesariamente de un aislamiento social, sino de la elección y el favoritismo,

es decir, elige a las amistades en torno a las afinidades colectivas y son personas sociables solamente con quienes les interesa con el fin de pertenecer al grupo social determinado.

La generación Z no ha conocido el mundo sin Internet, ellos nacieron con tecnologías avanzadas, lo cual los convierte en nativos digitales. Son una generación que vivió su infancia con la crisis económica global y su mayor diferencia de las demás generaciones es su actitud realista y menos optimista ante el futuro que ven por delante para ellos, sin embargo, es difícil cambiar su pensamiento actualmente porque son jóvenes que ya se encuentran entre los 15 y 20 años y moldearlos se vuelve complicado, ya que a lo largo de los años ya han ido formando su pensamiento.

Preferencias que tiene esta generación engloba su comunicación, debido a que se ven más atraídos visualmente por videos cortos que no pasen los 15 segundos, su capacidad de atenciónes corta al igual que por su preferencia por textos, se ven más atraídos por aquellos que sean más frecuentes y cortos para no cansarlos, pero sobre todo saber que predomina la imagen y son acostumbrados a usar Emojis para comunicarse con otras personas.

Por este motivo la Generación Z prefiere redes sociales efímeras como por ejemplo Tik Tok o aquellas redes que contengan mayor control de privacidad en mensajería como lo es el caso de WhatsApp o Facebook. En la búsqueda de su autenticidad esta generación se ha educado en sociedades de hiperconsumo lo cual los hace frágiles a mensajes publicitarios de las distintas marcas.

Gustan mucho de tener nuevas experiencias y esto lo logran creando sus propios canales de comunicación como es el ejemplo de YouTube, por lo tanto, las otras marcas buscan acercarse a ellos por canales tradicionales en los cuales pueden adoptar un rol de voceros y consumistas. Para Castells (2000) la comunicación se produce activando

las mentes para compartir significado; la mente es un proceso de creación y manipulación de imágenes mentales en el cerebro.

La internet es un claro ejemplo de esto, porque permite a sus usuarios estar actualizados de sistemas de interés al instante en que transcurren y la generación Z está preparada para manejar estas nuevas tecnologías, entender que según la globalización esta generación está comprometida con las causas sociales porque este grupo en especial se ve atraído por un empleo que les haga sentir algo diferente en el mundo.

Según ORH (2015) la generación Z es la última en incorporarse al mercado laboral y es la mejor preparada en cuanto a las últimas tecnologías, por el conjunto de aspectos que la caracterizan, suponen una evolución en numerosos aspectos y sin duda es una generación de contenido.

En el actual mundo líquido, en el que las fronteras físicas se desdibujan, en el que los cambios se producen a gran velocidad; el proceso de transformación y cambio al que esta generación asiste como protagonista, son tan rápidos y sucesivos que no dan tiempo de asimilar efectos.

#### **1.2.4 ENTRETENIMIENTO**

En la actualidad del siglo XXI, el entretenimiento se está abriendo paso en todos los ámbitos de nuestra vida cotidiana, propiciando un cambio fundamental de la comprensión del mundo, de esta manera, habitamos en un mundo expandido de pantallas y plataformas, por ende, somos la sociedad del entretenimiento expandido, donde estamos guiados por un celular y seguimos pantallas como zombis.

Necesitamos dejar de ser audiencias y comenzar a ser productores (Rincón 2019).

Las producciones culturales utilizadas como pasatiempo son abordadas a partir de pautas comerciales, en donde el contenido es condicionado, manipulado y escogido para una audiencia determinada con el fin de crear sociedades pasivas y cerradas al

pensamiento en el área del entretenimiento.

La industria del entretenimiento ha tenido la capacidad de adaptarse a través de las generaciones, tratando de lograr una empatía con la audiencia en los momentos de ocio para ir más allá de la misma audiencia consumista.

Netflix en los últimos años se ha convertido en un medio de entretenimiento condicionado por su contenido a partir de los que busca ver el público en su tiempo libre. Lo mismo sucede en el caso de la plataforma Tik Tok porque son plataformas que permiten que las sociedades contemporáneas surjan dentro de la industria cultural.

El entretenimiento define las actividades destinadas a la relajación o la diversión a las 17 personas con la intención de fijar la atención de una audiencia, por ende, está muy relacionado con el ocio y el tiempo libre que usamos para el crecimiento personal, sin embargo, el entretenimiento en la actualidad podría describirse mucho más desde el punto de vista mediático.

El entorno informático con el que contamos hoy en día, nos permite interactuar con más personas de diferentes formas, ya no somos simplemente espectadores de lo que sucede en la red, sino que gracias a las nuevas herramientas la visión va adoptando nuevas estrategias de entretenimiento, el individuo actual pasa la mayor parte de su vida frente a un computador, que literalmente le ordena la experiencia vital y su opinión poco a poco es construida día a día por los distintos medios de comunicación, plataformas y redes sociales.

Para Foucault, Debord, Deleuze, Guattari, Derrida, Bourdieu, Badiou, Morin (1972), Lyotard (1984), Finkelkraut y Baudrillard (1977, 1984 y 1987), Maffesoli (2004, 2005 y 2007), Auge (2007) y Gilles Lipovetsky (2007, 2008 y 2009), con la sociedad del entretenimiento nació una nueva sociedad de hiperconsumo y con ello una nueva modernidad en la que la vida en presente ha reemplazado a las expectativas del futuro.

Si han sido acuñados términos como, sociedad de la información, sociedad del entretenimiento, nos vemos envueltos una sociedad totalmente insensible.

Lejos de satanizar las actividades del entretenimiento, estamos obligados como seres humanos reflexionar sobre nuestro pensamiento frente a este panorama y se puede poner un ejemplo con comer una pizza, escuchar música, ver futbol, ver Netflix, navegar en Tik Tok o tan simple como jugar Candy Crush son prácticas que como seres humanos las adaptamos porque se convierte en información necesaria, sin embargo, eso define nuestra formación cultural.

Para la UNESCO la cultura puede considerarse como el conjunto de rasgos distintivos materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad, además engloba modos de vivir, tradiciones, creencias y sistema de valores.

En este sentido el entretenimiento forma parte de nuestra cultura como ir al cine, ver series, ir a conciertos y otras actividades por el estilo, esto nos hace parte de la dinámica social, nos enseñan valores y estilos de vida, por ende, es necesario también saber discernir las actividades que contribuyen a formar personas reflexivas y al crecimiento.

Para Bauman (2007) vivimos en una sociedad de consumo, no una atenta por cumplir exigencias básicas, sino una que promueve en sus miembros la incesante búsqueda de satisfacción de deseos que ella misma crea para prometer una vida feliz.

“La característica más prominente de la sociedad de consumidores por cuidadosamente que haya sido escondida o encubierta es su capacidad de transformar a los consumidores en productos consumibles” (Bauman, 2007, p.26).

Estos aspectos son aquellos que permiten que no se rompa el ciclo del consumo es por esto que Bauman menciona que es necesario para sostenerse y progresar una sociedad, mientras promete una felicidad definida como satisfacción el deseo de consumo conserva al individuo en una perpetua felicidad. En un mundo de

consumidores nadie puede transformarse en sujetos sin antes haber sido un producto primero, porque a diferencia de un vendedor que habla y piensa un monitor solo nos brinda comodidad.

La sociedad del entretenimiento sin lugar a duda es aquella que pretende satisfacer el apetito momentáneo de las personas a través de la industria cultura para vendernos la idea de diversión, en donde, el único fin en la vida es pasarla bien.

### **1.2.5 FAKE NEWS**

La publicación de noticias falsas no es algo nuevo, pero si es cierto que el acceso generalizado y global a Internet ha provocado en parte una difusión indiscriminada en medios de comunicación no convencionales entre los usuarios que distribuyen información a través de distintas vías.

La consulta de información ya no se realiza exclusivamente a través de un medio tradicional como radio, prensa o televisión, sino que las redes sociales son las nuevas voceras de la información entre las generaciones más jóvenes cuya naturaleza digital es indiscutible.

En este contexto, todos estamos inmersos en un mundo interconectado, pero también de propagación de mucha desinformación, sin sustento, con autoría anónima, interesada o incluso con el fin de perjudicar a alguien. Noticias que en algunos casos se vuelven virales y resultan ser falsas.

El problema principal se centra en, si verdaderamente la sociedad está preparada para detectar noticias falsas de las verdaderas; que el problema radique no en que la sociedad esté mal informados, sino que solo comparta y le dé veracidad a la información que encaja de fuentes confiables.

En este sentido, Castells (2009) las redes sociales han introducido el concepto de auto distribución, el cual implica que son los propios usuarios quienes deciden a

través de que canales inician la difusión de contenido. Aunque Facebook puede considerarse la red principal cuando se construyen comunidades, se encuentra también Twitter, debido a que facilita la difusión de noticias falsas.

Según un estudio promovido en el mismo Twitter por un grupo de investigadores del Instituto de Massachusetts, se pudo obtener que las noticias falsas se retwittearon en un 70% más que las noticias reales, por ende, se mostró que las noticias falsas se podían difundir con gran facilidad en la red social.

Cada minuto, afirman Torres y Lorenzo (2018), “se realizan más de 35 millones de búsquedas en Google, se producen 900.000 accesos a Facebook y se envían 156 millones de emails”. Sin embargo, mientras más información no significa que exista más calidad.

Un estudio realizado por la Universidad de Harvard acerca de las Fake News, muestra que los jóvenes y las personas mayores a 50 años son las más propensas a compartir información falsa a través de redes sociales y plataformas de mensajería como WhatsApp y Facebook.

En el caso de los jóvenes porque se sentían obligados a compartir X información “por si acaso” la información resultaba ser cierta o a su vez porque toman la información en sentido de burla, humor y parodia, en especial la información relacionada con la política.

La desinformación y la información errónea en Internet pueden afectar de forma muy negativa en la vida de varias personas, según un estudio realizado por el Plan Internacional, los datos revelaron que casi la mitad de personas que reciben noticias falsas sienten emociones como tristeza o ansiedad y una de cada 4 pierden la confianza al compartir sus opiniones en público.

Teniendo en cuenta la gravedad que puede llegar a implicar la difusión de Fake news



en la era en la que la emoción predomina frente a la verdad, es importante aprender a reconocer la información antes de compartirla.

En definitiva, hoy más que nunca es necesario empoderar a los ciudadanos y facilitarles información necesaria para analizar y distinguir las noticias reales de las falsas, y esto se debe hacer construyendo una ciudadanía informada que pueda decidir libremente. Es responsabilidad de todo luchar contra el engaño.

### **1.2.6 EDUCACION**

El sistema educativo a raíz de haber pasado una pandemia, experimenta una serie de enormes retos entre los jóvenes dentro de la sociedad líquida que estamos viviendo, en donde, las fronteras virtuales se desdibujan y los cambios a nivel educativo y las nuevas herramientas de enseñanza se producen a gran velocidad.

El proceso de transformación que se lleva a cabo, en donde, todas las personas somos espectadores y al mismo tiempo los jóvenes se manejan como protagonistas, se pueden evidenciar grandes sucesos que no se pueden asimilar aún por la sociedad. (Camacho, 2018, p.22).

Actualmente en el ámbito de la educación, la era tecnológica está yendo a pasos enormes, donde se puede observar diferentes dispositivos como computadoras, teléfonos celulares, cámaras, no obstante, los seres humanos se transforman y se acoplan a los distintos cambios.

El entorno virtual de esta generación Z, incrementa el pensamiento creativo en el estudiante, estos nativos digitales para comunicarse utilizan entornos digitales, les gusta la sinergia y el trabajo colaborativo, la finalidad es romper el paradigma de la educación 1.0 tradicional, dar el salto cualitativo a la educación 2.0 constructivista

hasta llegar a la educación 3.0 o conectivista que es la era digital que permita enfrentar los retos de la sociedad educativa moderna. (Camacho, 2018, p.23).

En la búsqueda de facilitar la convivencia entre los jóvenes dentro de la educación, la incorporación de las nuevas tecnologías ha sido obligatoria, con la llegada de los nuevos instrumentos, lo cual, se ve marcado dentro del comportamiento de los jóvenes a nivel educativo de una manera nunca antes vista.

Aprender a aprender quiere decir apropiarse de las herramientas tanto conceptuales, teóricas, metodológicas y físicas que van a permitir conocer, averiguar, ordenar y finalmente ser capaces de aportar ideas, pensamientos y acciones que marquen una diferencia tanto en la vida como a nivel profesional. (Olivares y Gonzales, 2016, p. 116).

La enseñanza integrada con la tecnología al inicio solo se basaba en el uso de la internet, sin embargo, las generaciones se van actualizando y hoy dejar el espacio detrás de una pantalla es un nuevo método de transformación, en donde, los expertos la denominan escuela 3,0 (Olivares y Gonzales 2016), se refieren al consumo de los contenidos red, los mismos que se pueden encontrar de manera fácil y ayuda al estudiante seleccionar el contenido que mejor se adapte a sus necesidades, por ende, se desarrolla el auto- aprendizaje.

El profesor se convierte en un guía o tutor que acompaña al estudiante en la concepción de su conocimiento, fungiendo como facilitador para que los estudiantes adquieran las competencias necesarias a lo largo de su vida, promoviendo también el uso de recursos y técnicas que permitan llevar a cabo esta tarea (Salinas Ibáñez, 2004).

Los jóvenes pertenecientes a la generación Z, han sido criados en un entorno incierto y expuestos a grandes y constantes transformaciones, gracias a los innumerables avances tecnológicos que generan un impacto en como ellos pueden percibir la realidad inclusive dentro de la educación.

En cuanto a estilos de aprendizaje, los jóvenes pertenecientes a la generación Z apuestan por “recibir información clara, útil y rápida, presentada en forma gráfica; motivados por realizar varias actividades en forma simultánea; efectivos para trabajar en red” (Daura y Barni, 2016).

### **1.3 OBJETIVOS**

#### **1.3.1 Objetivo General**

Determinar los problemas de aprendizaje que trae el uso de la plataforma TikTok en estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Joaquín Arias.

#### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- \* Identificar el porcentaje de estudiantes de bachillerato que tienen cuentas de TikTok
- \* Analizar el nivel de incidencia del uso de la plataforma TikTok en el aprendizaje.
- \* Detectar problemas de aprendizaje de en los estudiantes de bachillerato que usan la plataforma TikTok.

Para dar cumplimiento con el objetivo general de esta investigación se llevó a cabo la ejecución de los objetivos específicos, a través de, encuestas y grupo focal, de esta manera, para alcanzar con los objetivos específicos se tomó en cuenta a los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Joaquín Arias haciendo énfasis en el uso de la plataforma TikTok para detectar de manera adecuada los problemas de aprendizaje que los mismos presentan, y para esto, se usó una encuesta y un diálogo mediante un grupo focal.

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA**

“La metodología es una construcción de un diseño que responda de modo adecuado y eficaz a los objetivos perseguidos” (Izcara P, 2014, p 434). En consonancia con lo mencionado por el autor, la metodología del presente trabajo se desarrolló bajo estructuras teóricas.

En la parte teórica y la más general se analizó las consecuencias que trae en estudiantes el uso de la plataforma TikTok, así como el impacto que tuvo durante la pandemia por COVID-19. Para la realización de la presente investigación, que tiene como objetivo principal determinar los problemas de aprendizaje que trae el uso de la plataforma de TikTok en estudiantes de Bachillerato de la Unidad Educativa Joaquín Arias.

En este contexto se llevó a cabo una metodología cualitativa propuesta por los autores Taylor, S y Bogdan, R, donde mencionan que la metodología cualitativa es “aquella que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable”(Taylor y Bogdan, 1986, 20).

Por método se puede entender a la forma característica de investigar orientada por un enfoque, así como también realizar el estudio científico- humano de los fenómenos sociales, tratando de explorar y explicar el entorno social en el que se encuentra una persona, a través de, su contexto, conductas, observaciones, imágenes, sonidos, etc.

En cuanto al estudio, se llevó a cabo por el método inductivo, debido a que por medio de la investigación cualitativa se pudo hacer el contacto directo con los estudiantes de la institución y a su vez determinar la muestra de la población para una inferencia.

De esta forma, la metodología empleada se fundamentó en el análisis de contexto cualitativo, basado en su mayor parte en la toma de un grupo focal para la investigación.

El análisis de datos cualitativos es emocionante porque se descubren temas y conceptos metidos entre los datos recolectados. A medida que se avanza en el análisis de los datos, esos temas y conceptos tejen una explicación (Fernández, 2006).

Tras haber elegido la metodología, la investigación se centró en el análisis del comportamiento de los estudiantes de la mencionada institución educativa y el enfrentamiento que los mismos han tenido frente al Covid- 19 dentro de la aplicación TikTok. El tiempo que se comprendió para realizar la recopilación de información es de dos meses, tomando en cuenta años claves como lo son desde el 2020 al 2022.

La recopilación de información se llevó a cabo, por medio de, grupos focales porque son una técnica eficaz de recolección de datos, mediante una entrevista grupal semiestructurada, la cual gira en torno a una temática propuesta por el investigador.

El propósito principal del grupo focal es hacer que surjan sentimientos, experiencias y ciertas reacciones en los participantes, esto no sería fácil de lograr con otros métodos, sin embargo, los grupos focales permiten obtener procesos emocionales dentro del contexto del grupo. (Gibb, 1997)

Desde el punto de partida, la investigación cualitativa en la educación permitió recolectar información de fuentes primarias sin manipulación de variables por parte del investigador, sin embargo, la selección de los informantes (estudiantes) son la clave del éxito de estudio porque se requiere de un buen trabajo y es importante elegir adecuadamente las fuentes de información para garantizar el éxito del grupo focal.

El moderador (investigador) usó un lenguaje claro y sencillo e iniciar presentando el estudio para que, de esta manera, los informantes estén al tanto de la seguridad que se brinda. Dentro de la institución educativa, en lo que respecta a un número de estudiantes en los 3 niveles de estudio de bachillerato, el grupo focal tomado en cuenta es de 6 estudiantes para la obtención de información, los estudiantes fueron tomados al azar para garantizar confiabilidad en los datos, con la ayuda del psicólogo educativo de la institución.

Se mantuvo un diálogo con los estudiantes, donde habrá un intercambio de información ameno y muy necesario que aportara con la investigación, además, ellos mismos podrán caer en cuenta de si esta plataforma es usada adecuadamente o no.

### **GUÍA DEL GRUPO FOCAL**

Selección de preguntas para el proceso de discusión:

ESTUDIANTES:

- ¿Desde cuándo descargaste TikTok en tu celular?
- ¿Cuánto tiempo al día usan la plataforma TikTok?
- ¿Qué tipo de contenido consumes?
- ¿El tipo de contenido que consumes tiene que ver con su estado de ánimo?
- En una escala del 1-10 ¿Qué tan divertido es navegar en TikTok?
- ¿Se te ha olvidado realizar alguna tarea por estar en TikTok?
- ¿Te identificas con algún usuario de esta plataforma?
- ¿Has hecho amigos nuevos por medio de esta plataforma?

Participantes:

Estudiantes de la institución legalmente matriculados que se encuentren cursando entre 1.er y 3° de bachillerato. Para el análisis de la investigación se tomó en cuenta los valores de ética de la institución y se ha realizó búsquedas de estudios previos para que el artículo pueda tener un sustento adecuado y tenga el valor suficiente para poder contribuir a mejorar las estrategias a futuro.

El estudio está compuesto por:

Análisis de los testimonios de los estudiantes que integran el grupo focal. Mediante esta revisión se pudo conocer el porqué del crecimiento inesperado de la red social de TikTok en jóvenes de la generación Z y contrastar esta información con los resultados finales de la investigación, por ende, los conceptos claves son: redes sociales, 2020 y tendencias.

Asimismo, se analizaron los testimonios de los estudiantes usuarios de TikTok porque fueron de ayuda para conocer los motivos que lleva a esta generación a utilizar la plataforma.

Además, la investigación recurrió a la metodología cuantitativa, mediante la aplicación de una encuesta a los estudiantes de todo el bachillerato de la Unidad Educativa Joaquín Arias, desde primero a tercero de Bachillerato, con esto se pudo tener una conclusión más acertada en varios temas sobre la plataforma de TikTok.

Para medir el tamaño de la población y la muestra que será tomada en cuenta se usó la calculadora estadística NETQUEST (<https://www.netquest.com/es/encuestas-online> investigación), donde se procede a insertar el tamaño.

Universo	360
Muestra	187
Margen de error	5 %
Nivel de confianza	95 %
Nivel de heterogeneidad	50 %

El modelo de la encuesta fue realizado mediante la escala de LIKERT, porque permite medir el grado de aprobación de los estudiantes a través de su conformidad o inconformidad con el tema, donde la puntuación más baja es 5 (totalmente en desacuerdo) y la más alta 1 (totalmente de acuerdo) y un intermedio 3 (ni de acuerdo, ni en 31 desacuerdo).

### **ENCUESTA BAJO ESCALA DE LIKERT**

¿Cree usted que los estudiantes de bachillerato de la institución deben tener una cuenta TikTok?

1	2	3	4	5
Totalmente De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que la plataforma TikTok tiene contenidos educativos?



1	2	3	4	5
Totalmente De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que la plataforma TikTok causa distracción en los estudiantes?

1	2	3	4	5
TotalmenteDe acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que TikTok tomó fuerza durante la pandemia de COVID 19

1	2	3	4	5
Totalmente De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que el uso inadecuado de la plataforma TikTok puede causar un bajo rendimiento académico?

1	2	3	4	5
Totalmente De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que más jóvenes deberían unirse a TikTok?

1	2	3	4	5
Totalmente De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

## CAPÍTULO III

### RESULTADOS Y DISCUSION

#### 3.1 Análisis y discusión de resultado de la encuesta

Para realizar el análisis de la encuesta se tomó en cuenta a los estudiantes del nivel de Bachillerato de la Unidad Educativa Joaquín Arias con el objetivo de obtener información con respecto a la plataforma de TikTok en el aprendizaje y el uso que los estudiantes le dan a la misma.

¿Cree ud que los estudiantes de bachillerato deberían tener una cuenta TIK TOK?

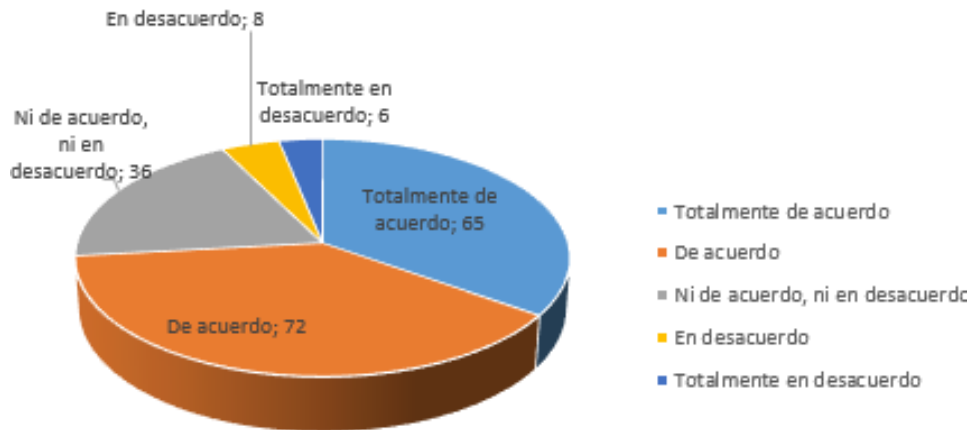
<i>Etiqueta de Valor</i>	<i>Valor</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje Válido</i>	<i>Porcentaje Acumulado</i>
Totalmente de acuerdo	1	66	35.29	35.29	35.29
De acuerdo	2	71	37.97	37.97	73.26
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	36	19.25	19.25	92.51
En desacuerdo	4	8	4.28	4.28	96.79
Totalmente en desacuerdo	5	6	3.21	3.21	100.00
<i>Total</i>		187	100.0	100.0	

**Tabla #1**

Fuente: Ibarra Alison Nicole (2022)

Elaborado por: Ibarra Alison Nicole (2022)

### ¿Cree ud que los estudiantes de bachillerato deberían tener una cuenta TikTok?



#### Gráfico #1

Fuente: Ibarra Alison Nicole (2022)

Elaborado por: Ibarra Alison Nicole (2022)

La tabla #1 representa el resultado a la primera pregunta de la encuesta realizada a los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Joaquín Arias, tomando en cuenta que, se cuenta con 360 estudiantes como universo y 187 encuestas realizadas como muestra, donde se obtuvo los siguientes resultados:

El 37.97 % de la población de muestra se encuentran de acuerdo con que los estudiantes de bachillerato deberían tener una cuenta de TikTok, un 35, 29 % de estudiantes se encuentran totalmente de acuerdo, un 19,25 % de estudiantes se encuentran es un término medio, es decir, ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 4,28 % se encuentra en desacuerdo y un 3,21 % se encuentran totalmente en desacuerdo con que los estudiantes de bachillerato deberían tener una cuenta TikTok.

En este contexto, los estudiantes si deben tener una cuenta en TikTok porque puede ser usado como una herramienta educativa, siempre y cuando esta sea manipulada de buena manera y sin exceso.

¿Cree ud que la plataforma TIK TOK es educativa y entretenida?

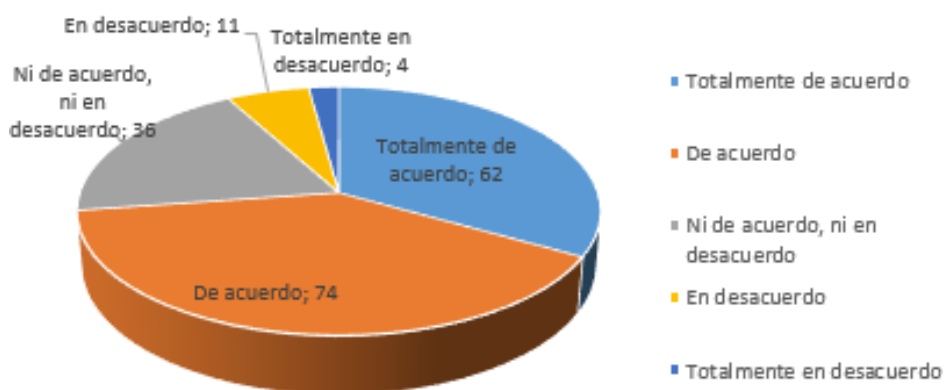
<i>Etiqueta de Valor</i>	<i>Valor</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje Válido</i>	<i>Porcentaje Acumulado</i>
Totalmente de acuerdo	1	63	33.69	33.69	33.69
De acuerdo	2	73	39.04	39.04	72.73
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	36	19.25	19.25	91.98
En desacuerdo	4	11	5.88	5.88	97.86
Totalmente en desacuerdo	5	4	2.14	2.14	100.00
<i>Total</i>		187	100.0	100.0	

**Tabla #2**

Fuente: Ibarra Alison Nicole (2022)

Elaborado por: Ibarra Alison Nicole (2022)

¿Cree ud que la plataforma Tik educativa?



**Gráfico #2**

Fuente: Ibarra Alison Nicole (2022)

Elaborado por: Ibarra Alison Nicole (2022)

La tabla #2 representa el resultado que se obtuvo con relación a las respuestas de la segunda pregunta de la encuesta realizada a la muestra tomada en cuenta, que es de 187 estudiantes para esta investigación, en donde, se obtuvo los siguientes resultados: El 39,04 % menciona que se encuentra de acuerdo con que la plataforma TikTok es educativa y entretenida a la vez, el 33,69 % de la población está totalmente de acuerdo, el 19,25 % de los estudiantes se encuentran en un término medio, es decir, ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 5,88 % se encuentra en desacuerdo y el 2,14 % totalmente en de acuerdo con que TikTok es una plataforma educativa y entretenida. En este contexto, la plataforma TikTok es entretenida y educativa a la vez para los estudiantes, debido a que, gracias a su contenido rápido y para todas las edades, suele ser llamativo, sin embargo, su uso inadecuado podría llegar a causar distintas conductas.

¿Cree ud que la plataforma TIK TOK causa distraccion en los estudiantes?

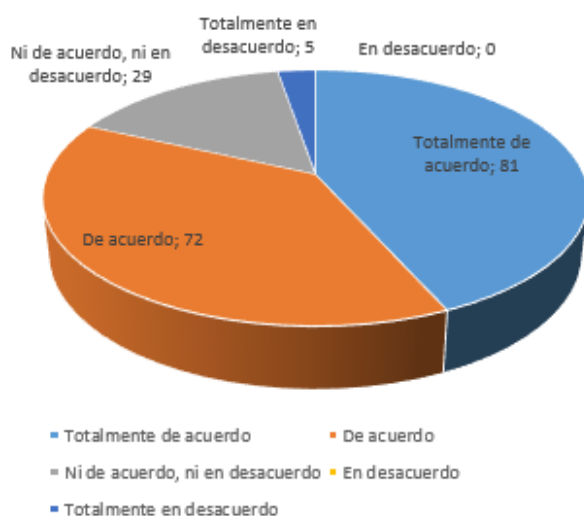
<i>Etiqueta de Valor</i>	<i>Valor</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje Válido</i>	<i>Porcentaje Acumulado</i>
Totalmente de acuerdo	1	82	43.85	43.85	43.85
De acuerdo	2	71	37.97	37.97	81.82
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	29	15.51	15.51	97.33
Totalmente en desacuerdo.	5	5	2.67	2.67	100.00
<i>Total</i>		<b>187</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

**Tabla #3**

Fuente: Ibarra Alison Nicole (2022)

Elaborado por: Ibarra Alison Nicole (2022)

### ¿Cree ud que la plataforma TikTok causa distracción en los estudiantes?



### Gráfico #3

Fuente: Ibarra Alison Nicole (2022)

Elaborado por: Ibarra Alison Nicole (2022)

La tabla #3 representa el resultado que se obtuvo a las respuestas de la tercera pregunta de la encuesta realizada a los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Joaquín Arias y la muestra tomada en cuenta es de 187 estudiantes para esta investigación, en donde, se obtuvo los siguientes resultados:

El 43,85 % de la población de estudiantes dicen que están totalmente de acuerdo con que la plataforma TikTok causa distracción en ellos mismo, el 37,97 % menciona que se encuentra de acuerdo con esta pregunta, el 15,51 % menciona que no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo con que esta plataforma cause distracción, sin embargo, el 2,67 % de la población menciona que se encuentra totalmente en desacuerdo.

En este sentido, se puede afirmar que la plataforma TikTok al igual que ser muy buena en el ámbito del entretenimiento, una de sus contras es la distracción que la

misma causa especialmente en los jóvenes que se encuentran en el bachillerato. En el caso de los que se encuentran en el 3.er nivel podría resultar no beneficioso, debido a que, la distracción afecta directamente en su nivel de estudio, tomando en cuenta que son estudiantes que se preparan para ingresar a un nivel superior y necesitan más concentración.

¿Cree ud que TIK TOK tomó fuerza durante la pandemia de COVID- 19?

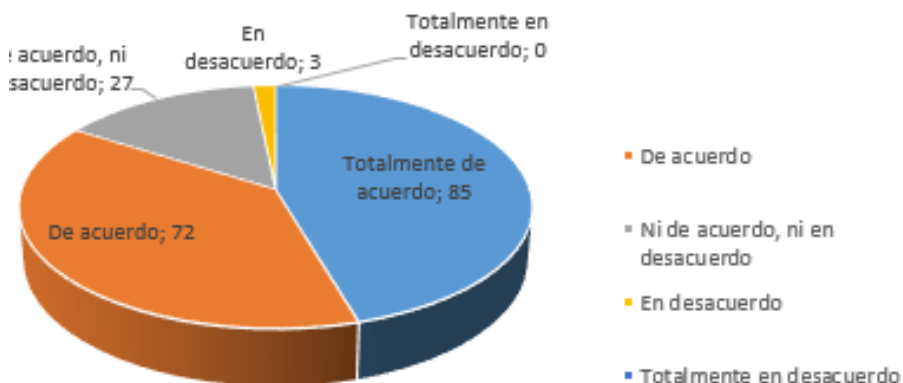
<i>Etiqueta de Valor</i>	<i>Valor</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje Válido</i>	<i>Porcentaje Acumulado</i>
Totalmente de acuerdo	1	87	46.52	46.52	46.52
De acuerdo	2	71	37.97	37.97	84.49
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	27	14.44	14.44	98.93
En desacuerdo	4	2	1.07	1.07	100.00
<i>Total</i>		187	100.0	100.0	

**Tabla #4**

Fuente: Ibarra Alison Nicole (2022)

Elaborado por: Ibarra Alison Nicole (2022)

¿Cree ud que TikTok tomó fuerza durante la pandemia de COVID-19?



**Gráfico #4**

Fuente: Ibarra Alison Nicole (2022)

Elaborado por: Ibarra Alison Nicole (2022)



La tabla #4 representa el resultado a la cuarta pregunta de la encuesta realizada a los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Joaquín Arias, tomando en cuenta que, se cuenta con 360 estudiantes como universo y 187 encuestas realizadas como muestra, donde se obtuvo los siguientes resultados:

El 46,52 % dice que se encuentra totalmente de acuerdo con que la plataforma TikTok tomó fuerza con la aparición de la pandemia por COVID-19, el 37,37 % de la población dice que se encuentra de acuerdo con esta pregunta, el 14,44 % se encuentra en medio, es decir, ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 1,07 % dice estar en desacuerdo.

En este contexto, se puede afirmar que la plataforma TikTok tomó fuerza durante la pandemia por COVID 19, en donde miles de personas se vieron en la necesidad de tener esta plataforma entre las aplicaciones de su celular por diferentes factores e incluso por encajar dentro de la sociedad.

¿Cree ud que el uso inadecuado de la plataforma de TIK TOK puede causar un bajo rendimiento académico??

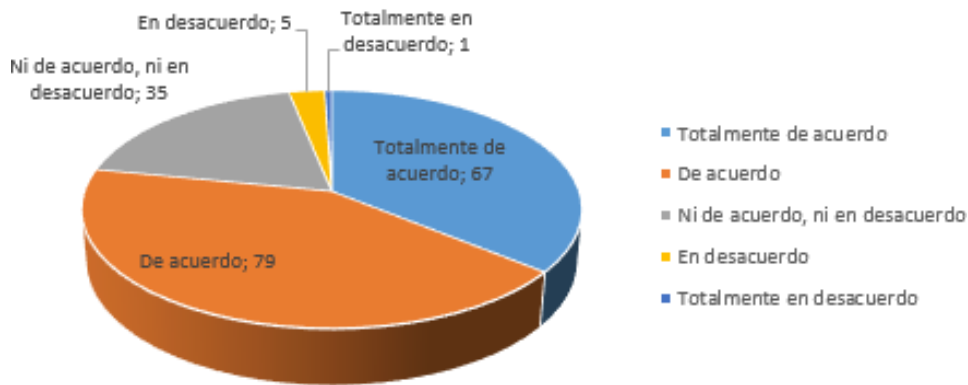
<i>Etiqueta de Valor</i>	<i>Valor</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje Válido</i>	<i>Porcentaje Acumulado</i>
Totalmente de acuerdo	1	67	35.83	35.83	35.83
De acuerdo	2	79	42.25	42.25	78.07
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	34	18.18	18.18	96.26
En desacuerdo	4	6	3.21	3.21	99.47
Totalmente en desacuerdo	5	1	.53	.53	100.00
<i>Total</i>		<b>187</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

**Tabla #5**

Fuente: Ibarra Alison Nicole (2022)

Elaborado por: Ibarra Alison Nicole (2022)

**¿Cree ud que el uso inadecuado de la plataforma TikTok puede causar un bajo rendimiento académico?**



**Gráfico #5**

Fuente: Ibarra Alison Nicole (2022)

Elaborado por: Ibarra Alison Nicole (2022)

La tabla #5 representa el resultado que se obtuvo con relación a la respuesta de la quinta pregunta de la encuesta realizada a la muestra tomada en cuenta, que el 100 % corresponde a 187 estudiantes que fueron tomados como muestra para esta investigación, en donde, se obtuvieron los siguientes resultados:

El 42,25 % dice estar de acuerdo con que esta plataforma puede causar un bajo rendimiento académico sobre todo hablando de estudiantes que se encuentran cursando el nivel de bachillerato, el 25,83 % dice estar totalmente de acuerdo con esta pregunta en especial, el 18,18% de la población de muestra dice estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que, el 3,21 % menciona estar en desacuerdo y el 0,53 % totalmente en desacuerdo.

En este sentido y tomando en cuenta la opinión de los estudiantes, se puede afirmar que si la plataforma TikTok se maneja inadecuadamente podría traer varias consecuencias a nivel académico porque las notas de los estudiantes bajan su

rendimiento académico y su nivel de consumismo aumentaría.

¿Cree ud que más jóvenes deberían unirse a TIK TOK?

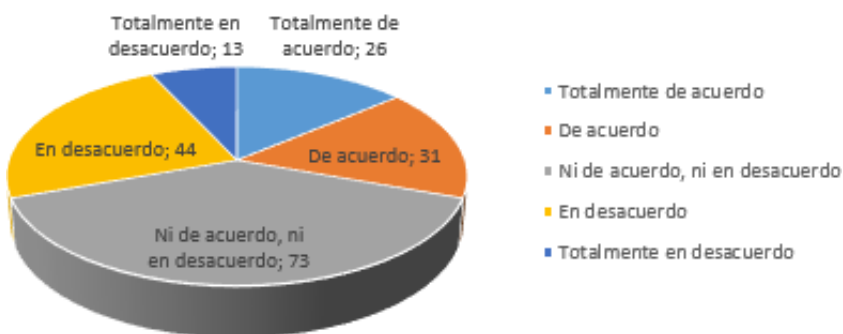
<i>Etiqueta de Valor</i>	<i>Valor</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje Válido</i>	<i>Porcentaje Acumulado</i>
Totalmente de acuerdo	1	26	13.90	13.90	13.90
De acuerdo	2	31	16.58	16.58	30.48
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	73	39.04	39.04	69.52
En desacuerdo	4	44	23.53	23.53	93.05
Totalmente en desacuerdo	5	13	6.95	6.95	100.00
<i>Total</i>		187	100.0	100.0	

**Tabla #6**

Fuente: Ibarra Alison Nicole (2022)

Elaborado por: Ibarra Alison Nicole (2022)

**¿Cree ud que mas jóvenes deberían unirse a TikTok?**



**Gráfico #6**

Fuente: Ibarra Alison Nicole (2022)

Elaborado por: Ibarra Alison Nicole (2022)

La tabla #6 representa el resultado a la sexta pregunta de la encuesta realizada a los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Joaquín Arias, tomando en cuenta

que, se cuenta con 360 estudiantes como universo y 187 encuestas realizadas como muestra, donde se obtuvo los siguientes resultados:

El 39,04 % de la población se encuentra en el término medio de su respuesta, es decir, ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 23,53 % en desacuerdo, el 16,58 % dice estar de acuerdo, mientras que el 13,90 dice estar totalmente de acuerdo, sin embargo el 6,95% dice estar totalmente en desacuerdo

Entonces, se afirma que más jóvenes no deben unirse a esta plataforma TikTok, sin embargo, depende mucho del pensamiento de cada estudiante al descargarse por distintos factores como por ejemplo el hecho de que esta plataforma se encuentra en el boom de la moda entre las más descargadas por la generación y el contenido entretenido que se mantiene.

### 3.2 Análisis y Discusión de resultado del grupo focal

Para realizar el análisis del grupo focal se procedió a solicitar permiso en la institución y seguidamente a tomar en cuenta a 6 estudiantes 3 de ellos del primer nivel de bachillerato y los otros 3 del tercer nivel.

<b>GRUPO FOCAL</b>	
<b>Participantes:</b> Ariel Ibarra. Katherine López, Bianca Chagcha, Helen Chávez, Jeimy Calle, William Freire	
<b>PREGUNTA #1: ¿Desde cuándo descargaste TikTok en tu celular?</b>	
<b>RESPUESTAS</b>	<b>DISCUSION</b>
<b>1. <u>Ariel Ibarra</u></b>	

<p>Yo me descargué TikTok hace aproximadamente 2 años porque empecé a ver en Facebook como compartían videos cortos y me parecían divertidos.</p> <p><b>2. <u>Katherine López</u></b></p> <p>Yo me descargué TikTok desde que empezó la pandemia, porque me sentía aburrida y un día vi un video de un amigo, entonces me dió curiosidad por la plataforma.</p> <p><b>3. <u>Bianca Chagcha</u></b></p> <p>Yo empecé a usar la aplicación desde hace unos 2 meses, la verdad no me llamola atención porque todo mundo la tenía.</p> <p><b>4. <u>Helen Chávez</u></b></p> <p>Yo tengo la aplicación desde hace 2 años, porque empezó la pandemia y ya la mayoría empezó a descargaste</p>	<p>TikTok es una plataforma que puede llamar la atención, debido a sus videos cortos y concretos.</p> <p>TikTok es una plataforma con un sin número de contenido que puedes ser curiosos para los jóvenes.</p> <p>TikTok es llamativa, sin embargo, al ser muy repetitiva puede causar falta de interés en su contenido.</p> <p>TikTok es considerada la nueva pista de baile porque inclusive las canciones cortas son pegajosas en su ritmo.</p>
---	--

<p>TikTok y yo lo hice porque los bailes eran contagiosos.</p> <p><b>5. <u>Jeimy Calle</u></b></p> <p>Yo uso la aplicación desde hace 1 año porque ya todos la tenían entonces necesitaba estar en la onda para poder entender a mis amigos.</p> <p><b>6. <u>William Freire</u></b></p> <p>Yo empecé a usar la plataforma TikTok desde hace 2 años atrás cuando inicio la pandemia, porque empezaron a usarla mis amigos y se veía divertida.</p>	<p>TikTok es moda para los jóvenes y también se sienten presionados para encajar con sus amigos.</p> <p>TikTok es una aplicación que puede verse como medio de persuasión en los jóvenes.</p>
<p><b>PREGUNTA #2 ¿Cuánto tiempo al día usas la plataforma TikTok?</b></p>	
<p><b>1. <u>Ariel Ibarra</u></b></p> <p>Yo uso la plataforma TikTok durante todo el día porque lo considero como distracción, además, suelen contener videos graciosos y me gustan.</p>	<p>TikTok a más de ser una plataforma interactiva, el constante uso de la misma causa diversión. Es inteligente encontrar todo en uno.</p>

<p><b>2. <u>Katherine López</u></b></p> <p>Yo uso la plataforma TikTok 6 horas o más al día, porque cuando entro en la plataforma el tiempo se me pasa volando.</p> <p><b>3. <u>Bianca Chagcha</u></b></p> <p>Yo uso la plataforma TikTok 5 horas al día aproximadamente, porque me gustan los bailes sencillos que se pueden encontrar y soy una persona que disfruta mucho la música</p> <p><b>4. <u>Helen Chávez</u></b></p> <p>Yo uso la plataforma TikTok todo el tiempo, mientras estoy en mi casa o en el colegio porque es como una red social que forma parte de mi vida cuando consumo contenido.</p> <p><b>5. <u>Jeimy Calle</u></b></p> <p>Yo uso la plataforma TikTok 1 hora al día aproximadamente porque sé que es demasiado adictiva, entonces trato de controlarme y hacer otras</p>	<p>TikTok dependiendo de su uso ya sea malo o bueno puede provocar un tipo de dependencia.</p> <p>TikTok es una plataforma que suele tener una interfaz sencilla al momento de generar contenido por parte de los creadores o mejor llamados TikTokers.</p> <p>TikTok dentro de un uso fuera de lo normal puede convertirse en un robot que genera ansiedad en los jóvenes por la constante interactividad.</p> <p>TikTok ha podido posicionarse entre una de las mejores redes sociales, debido a, que los jóvenes la consumen con gran frecuencia e incluso tratan de</p>
---	---

<p>actividades.</p> <p><b>6. <u>William Freire</u></b></p> <p>Yo uso la plataforma TikTok la gran parte del tiempo porque los videos son cortos e incluso puedo encontrar reflexiones que me ayudan en mi estado de ánimo o me ayudan a comprender cosas.</p>	<p>controlarse porque saben que puede generar adicción.</p> <p>TikTok una plataforma en la cual los jóvenes se sienten identificados en varias ocasiones por tener contenido diverso</p>
---	--

**PREGUNTA #3 ¿Qué tipo de contenido consumes en TikTok?**

<p><b>1. <u>Ariel Ibarra</u></b></p> <p>El contenido que normalmente me gusta dentro de esta plataforma es el de hacks, en donde, se pueden desmentir o acertar trucos que nos facilita la vida.</p> <p><b>2. <u>Katherine López</u></b></p> <p>Con frecuencia consumo contenido de arte, música y deportes porque, las notas dentro de esta plataforma son al instante,</p>	<p>El contenido de TikTok puede ser más llamativo cuando se usen elementos básicos que cualquier persona podría encontrar ya sea dentro del hogar o en el trabajo.</p> <p>Inclusive las noticias en TikTok suelen aparecer con más rapidez que en un medio convencional y esto puede hacer</p>
--	--



<p>mejor que verlas en Tv.</p> <p><b>3. <u>Bianca Chagcha</u></b></p> <p>Yo no tengo un tipo de contenido en especial que consuma, me gustan todos en general, además que TikTok es una plataforma completa.</p> <p><b>4. <u>Helen Chávez</u></b></p> <p>Yo tampoco suelo consumir un contenido en específico porque siento que la variedad es lo que realmente caracteriza a esta plataforma</p> <p><b>5. <u>Jeimy Calle</u></b></p> <p>El contenido que más consumo es de comedia y bailes, porque la comedia generada e esta plataforma pueden tener varios tonos y TikTok no la censura, inclusive al mencionar palabras</p>	<p>que los jóvenes opten mil veces por una plataforma variada.</p> <p>TikTok cuenta con un sin número de contenido, donde se puede encontrar desde las cosas más básicas hasta las más complicadas como tutoriales resumidos de cualquier tipo</p> <p>Mientras más variedad haya más usuarios se sentirán atraídas por esta plataforma.</p> <p>TikTok suele censurar cierto tipo de contenido por ejemplo, aquel que tiene que ver con el maltrato, sin embargo, el encontrar comedia picante o grosera, es normal dentro</p>
--	---

<p>ofensivas.</p> <p><b>6. <u>William Freire</u></b></p> <p>El contenido más consumido por mí personalmente es vida cotidiana, contenido relacionado con lo que nos puede suceder habitualmente dentro de nuestro entorno ya sea familiar o en amigos e inclusive bromas</p>	<p>de esta plataforma.</p> <p>La vida cotidiana dentro de redes sociales seha convertido en algo casual y esto tambien se puede evidenciar dentro de TikTok, con la diferencia en que la interfaz es más sencilla.</p>
<p><b>PREGUNTA #4 ¿El tipo de contenido que consumes en TikTok se acopla a tu estado de ánimo?</b></p>	
<p><b>1. <u>Ariel Ibarra</u></b></p> <p>Si, siento que TikTok me entiende cuando me siento enojado, triste o feliz.</p> <p><b>2. <u>Katherine López</u></b></p> <p>Si, especialmente cuando me siento triste, entro a la plataforma y lo primero que me suele aparecer es videos de tristeza, es</p>	<p>TikTok maneja un algoritmo, en donde, hace que las personas se identifiquen con el contenido.</p> <p>TikTok organiza todo de manera sencillapara los usuarios dependiendo de su contenido más visualizado.</p>

como si TikTok organizara todo para mí.

**3. Bianca Chagcha**

Sí, siempre porque es como sentir que TikTok me entendiera perfectamente y de paso me ayuda a buscar soluciones.

**4. Helen Chávez**

Sí, siempre me sucede eso porque me he podido dar cuenta que incluso cuando siento que algo no sale como yo quisiera TikTok está ahí para darme una respuesta.

**5. Jeimy Calle**

Si, sin pensarlo TikTok sabe de mi incluso más que yo mismo

**6. William Freire**

Si, sin lugar a duda y quizá ese también sea el motivo de porque esta plataforma sea una de mis

TikTok se puede convertir en el nuevo consejero virtual, debido a que los creadores de contenido van desde médicos, psicólogos, ingenieros hasta personas comunes sin estudios.

Esta plataforma podría derrocar fácilmente a YouTube.

Las redes sociales pueden tener un impacto directo en el estado emocional de los jóvenes

Quizá, TikTok funcione como una plataforma para evadir la realidad que muchos jóvenes atraviesan.

<p>favoritas</p>	
<p><b>PREGUNTA #5 En una escala del 1 al 10 ¿Qué tan divertido es navegar en TikTok? ¿POR QUÉ?</b></p>	
<p><b>1. <u>Ariel Ibarra</u></b> 9, porque me puedo divertir en cortos periodos de tiempo.</p> <p><b>2. <u>Katherine López</u></b> 9, porque es una plataforma muy entretenida, en donde, no se cansaría estar horas largas de tiempo.</p> <p><b>3. <u>Bianca Chagcha</u></b> 8, porque puedo llegar a decir que quita el estrés diario, ya sea por las clases o los deberes y navegar en esta plataforma donde puedo encontrar de todo es interesante.</p> <p><b>4. <u>Helen Chávez</u></b> 10, porque personalmente para mi</p>	<p>La definición de TikTok es diversión y pasatiempo</p> <p>TikTok es una plataforma que puede ofrecer diversión por horas ilimitadas, lo que puede causar mayor distracción, en especial estudiantes.</p> <p>Esta plataforma podría considerarse desestresante sin importar ni tiempo, ni espacio, ni circunstancia, debido a que sus videos son cortos y concretos.</p> <p>Esta plataforma sin lugar a duda es la favorita de los jóvenes porque tiene</p>

<p>es divertida e incluso me siento identificada con algunos videos de frases o canciones.</p> <p><b>5. <u>Jeimy Calle</u></b></p> <p>10, porque es una plataforma que causa mucha distracción a cualquier hora del dia encualquier momento.</p> <p><b>5. <u>William Freire</u></b></p> <p>7, porque para mí es una muy buena plataforma pero se debería explotar dediferente manera para que sea más beneficiosa que un simple pasatiempo.</p>	<p>contenido nuncaantes visto.</p> <p>TikTok causa satisfacción y popularidad.</p> <p>TikTok es un reto como aplicación porque debe mejorar constantemente para seguir atrayendo más usuarios.</p>
<p><b>PREGUNTA #6 ¿Se te ha olvidado realizar alguna tarea educativa por navegar en TikTok?</b></p>	
<p><b>1. <u>Ariel Ibarra</u></b></p> <p>No, no me ha pasado porque personalmente suelo organizar bien mi tiempo y mis obligaciones</p>	<p>El uso adecuado de TikTok en la vida de los adolescentes no causa incumplimiento en las tareas siempre y cuando el tiempo del estudiante sea organizado de buena manera</p>

<p><b>2. <u>Katherine López</u></b></p> <p>Si, se me ha olvidado porque normalmente uso más la plataforma en la tarde y noche</p> <p><b>3. <u>Bianca Chagcha.</u></b></p> <p>Si, se me ha olvidado incluso que tenía que estudiar para un examen parcial.</p> <p><b>4. <u>Helen Chávez</u></b></p> <p>Si, se me ha olvidado porque se me ha ido el tiempo demasiado rápido.</p> <p><b>5. <u>Jeimy Calle</u></b></p> <p>No, no se me ha olvidado realizar mis tareas porque siempre he sido una buena estudiantey cuando empecé el bachillerato supe que debía poner más esfuerzo en mis cosas.</p>	<p>El uso exagerado o excesivo de esta plataforma puede llegar a causar aislamiento mental de las demás cosas.</p> <p>TikTok es consumo que lleva a una modernidad líquida.</p> <p>TikTok es rapidez e inmediatez</p> <p>Como todas las redes sociales hay cosas buenas y malas detrás, sin embargo, el ser humano está capacitado para decidir por sí mismo.</p>
--	---

<p><b>6. <u>William Freire</u></b></p> <p>No, no se me ha olvidado realizar mis tareas pero esta plataforma te consume mucho.</p>	<p>TikTok es interacción y estrategia de consumo efectiva.</p>
<p><b>PREGUNTA #7 ¿Te sientes identificado con algún usuario de la plataforma TikTok?</b></p>	
<p><b>1. <u>Ariel Ibarra</u></b></p> <p>Sí, Nicolás R Muñoz, porque me gusta mucho su contenido y en un futuro me agradaría poder hacer lo mismo en contenido sobre viajes y cultura de otros lugares.</p> <p><b>2. <u>Katherine López</u></b></p> <p>No, porque el contenido que normalmente consumo es variado y sigo varias cuentas pero no he puesto atención en saber si tengo un usuario favorito.</p> <p><b>3. <u>Bianca Chagcha</u></b></p> <p>Sí, porque hay varios videos</p>	<p>TikTok ayuda a descubrir nuevos lugares que se encuentran lejos de donde estamos, por ende, se vuelve una plataforma de idealización</p> <p>TikTok resulta ser una plataforma muy enganchadora, sin embargo, al tener tanto contenido se convierte en algo indeciso por parte del usuario al momento de elegir un solo tipo de contenido.</p> <p>Esta plataforma a simple vista puede manejar un funcionamiento fácil, sin</p>

<p>divertidos que a simple vista suelen ser sencillos y tienen millones de reproducciones.</p> <p><b>4. <u>Helen Chávez</u></b></p> <p>No, porque TikTok lo uso solo por entretenimiento y por consumir contenido distinto, por ende, no me siento identificada con algún usuario</p> <p><b>5. <u>Jeimy Calle</u></b></p> <p>No, porque mi interés no es el ser una creadora de contenido y además mi manera de ser es solo mía y no me gusta compararme con los demás.</p> <p><b>6. <u>William Freire</u></b></p> <p>Sí, me agrada mucho el contenido tecnológico y especialmente consumo contenido de un usuario que habla.</p>	<p>embargo, no todo es lo que parece.</p> <p>TikTok es una plataforma neta basada en el consumo.</p> <p>Esta plataforma contiene demasiada carga de información. Tiene todo y a la vez nada.</p> <p>Esta plataforma también puede resultar ser muy útil en varios aspectos y formar</p>
---	---



	parte de videos cortos asemejados a tutoriales
<b>PREGUNTA #8 ¿Has hecho amigos nuevos por medio de TikTok?</b>	
<p><b>1. <u>Ariel Ibarra</u></b></p> <p>No, no he hecho amigos nuevos por TikTok, porque tambien hay que tener encuenta que detrás de una pantalla nada esseguro.</p> <p><b>2. <u>Katherine López</u></b></p> <p>No, no he hecho amigos nuevos por TikTok, porque mi intención es solo abrir la plataforma para pasar mí tiempo</p> <p><b>3. <u>Bianca Chagcha</u></b></p> <p>No, porque no se quien está al otro lado de la pantalla.</p> <p><b>4. <u>Helen Chávez</u></b></p>	<p>De la misma manera en como esta plataformaes muy interactiva y social, puede llegar a ser peligrosa si se trata con personas que dibujan una falsa imagen.</p> <p>Muchos no consideran a esta plataforma como social sino como un medio para quemar tiempo.</p> <p>Esta plataforma como todas las redes sociales puede tener efectos negativos si no se usa adecuadamente, sobre todo si se trata de la imagen de una persona.</p> <p>TikTok tambien es considerada una</p>

<p>Probablemente, en unas ocasiones, sin embargo, no he llegado a tener ningún contacto cercano con alguien que hablo por esta plataforma.</p> <p><b>5. <u>Jeimy Calle</u></b></p> <p>Sí, porque me parece divertido y me gusta conocer más personas incluso de otros países.</p> <p><b>6. <u>William Freire</u></b></p> <p>Sí, porque creo que soy una persona muy sociable y me gusta conocer personas por redes sociales.</p>	<p>plataforma interactiva porque te da apertura a conocer personas alrededor del mundo.</p> <p>La cultura que se maneja alrededor del mundo es muy variada y por ende, causa mucha curiosidad si esta se puede ver por una pantalla.</p> <p>Esta plataforma es para todos los gustos y hay un mundo amplio por encontrar, sin embargo, hay que tomar precauciones</p>
<p><b>PREGUNTA #9 ¿Crees que la plataforma TikTok es buena a nivel de educación?</b></p>	
<p><b>1. <u>Ariel Ibarra</u></b></p> <p>A nivel de educación hay mucho contenido, si eres muy selectivo podrías encontrarte con temas de</p>	<p>TikTok dentro del ámbito educativo, suele ser buena en ciertos casos al momento de encontrar contenido que</p>

<p>educación e investigación que aportarán.</p> <p><b>2. <u>Katherine López</u></b></p> <p>Creo que la plataforma de TikTok no es muy buena a nivel de educación ya que no hay control del mismo y se puede visualizar distinto contenido.</p> <p><b>3. <u>Bianca Chagcha</u></b></p> <p>Al nivel educativo pienso que tiene un porcentaje muy bajo, porque puede ocasionar mucha distracción o adicción.</p> <p><b>4. <u>Helen Chávez</u></b></p> <p>A nivel educativo pienso que hay perfiles en los que encuentras tips de estudio y son buenos, siempre y cuando su uso sea por un buen fin.</p> <p><b>5. <u>Jeimy Calle</u></b></p> <p>A nivel educativo se podría</p>	<p>sirven de ayuda con algún tema.</p> <p>Esta plataforma es tan infinita en contenido que no se podría tener el control completo de la misma.</p> <p>A nivel educativo esta plataforma causa distracción en los jóvenes.</p> <p>El uso adecuado de esta plataforma podría ser beneficioso, sin embargo, los jóvenes no están preparados aun para pensar de esa manera y simplemente la ven como una herramienta de perder el tiempo</p>
---	--

<p>explotar mucho esta aplicación, sin embargo, somos jóvenes y no lo hacemos.</p> <p>6. <b><u>William Freire</u></b></p> <p>A nivel educativo es una plataforma buena y mala a la vez.</p>	<p>TikTok es una plataforma que podría ser explotada de distinta manera para que pueda llegar a ser más útil en el ámbito educativo</p> <p>Esta plataforma debe ser usada con moderación</p>
---	--

**Tabla de tabulacion grupo focal**

Fuente: Ibarra Alison Nicole (2022)

Elaborado por: Ibarra Alison Nicole (2022)

**3.3 Verificación de Hipótesis**

Al haber desarrollado el análisis correspondiente, mediante un grupo focal y una encuesta hacia los estudiantes del nivel de Bachillerato de la Unidad Educativa Joaquín Arias en el cantón Pelileo, se pueden considerar dos variables para poder verificar la hipótesis tomada en cuenta al inicio de esta investigación.

En este sentido, para llevar a cabo el desarrollo de la verificación se seleccionó las hipótesis para poder obtener una correlación, por ende, tomando el aprendizaje que juega un papel importante para saber si esta plataforma afecta o no directamente al rendimiento de los estudiantes, se pudo obtener el siguiente resultado.

Al observar la tabla, donde se realiza la comprobación de la hipótesis por medio de CHI CUADRADO, se obtiene un resultado inferior a 0,05 por ende, esta es totalmente

aprobada y el uso inadecuado de la plataforma TikTok si causa distracción y por ende, se genera un bajo rendimiento escolar en los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Joaquín Arias.

De esta manera, obteniendo la adecuada correlación entre las dos hipótesis planteadas, se acepta la H1 “El aprendizaje del estudiante se ve afectada por el uso de la plataforma TikTok”y se rechaza la H2 “El aprendizaje del estudiante no se ve afectado por el uso de la plataformaTikTok”.

Resumen.

	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
¿Cree ud que el uso inadecuado de la plataforma de TIK TOK puede causar un bajo rendimiento académico?? * ¿Cree ud que la plataforma TIK TOK causa distraccion en los estudiantes?	187	100.0%	0	0.0%	187	100.0%

Pruebas Chi-cuadrado.

<i>Estadístico</i>	<i>Valor</i>	<i>df</i>	<i>Sig. Asint. (2-colas)</i>
Chi-cuadrado de Pearson	184.86	12	.000
Razón de Semejanza	129.98	12	.000
Asociación Lineal-by-Lineal	61.22	1	.000
N de casos válidos	187		

### Tabla de comprobacion de hipótesis

Fuente: Ibarra Alison Nicole (2022)

Elaborado por: Ibarra Alison Nicole (2022)

## CAPÍTULO IV

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- El nivel de incidencia que se puede manifestar en cuanto al uso de la plataforma TikTokes alto, debido a un gran porcentaje, el uso más común entre los jóvenes de bachillerato es por simple distracción, debido a que esta plataforma contiene contenido variado, corto y muy entretenido
- La plataforma TikTok repercute directamente en el nivel de aprendizaje de los estudiantes de bachillerato, se concluye que el mal uso de la misma puede causar una dependencia al consumir contenido de esta plataforma, por ende, se presenta varios problemas como el olvidarse de realizar alguna tarea académica o estudiar para un examen importante. Esta plataforma se convierte en distractora y un medio para procrastinar en el día a día.
- El porcentaje de estudiantes de bachillerato que hacen uso de la plataforma TikTok se identifica en un 100 %, debido a que, esta tomó fuerza durante la pandemia de COVID19, porque fue vista como una herramienta dinámica, divertida y de moda. De esta manera los jóvenes se vieron en la necesidad de estar en la “onda” con los demás y a su vez la ven como un medio de comunicación, en donde pueden conocer personas y lugares alrededor del mundo a través de una pantalla.

## MATERIALES DE REFERENCIA

1. Bauman, Z. (2003). Modernidad Líquida. Fondo de Cultura Económica de Argentina S.A. Tomado de:  
<https://catedraepistemologia.files.wordpress.com/2009/05/modernidadliquida.pdf>
2. Bauman, Z. (2007) Sociedad del consumo. Fondo de Cultura Económica de Argentina S.A. Tomado de: <https://apuntesfilosoficos.cl/sociedad-de-Consumozygmunt-bauman/>
3. Castells, M. (1997). La sociedad Red. La era de la información (Vol. 1). Madrid: Alianza. Tomado de:  
<http://herzog.economia.unam.mx/lecturas/inae3/castellsm.pdf>
4. Castells, M. (2000). Globalización, sociedad y política en la era de la información.(1ra Ed, Vol 4). Tomado de:  
[file:///C:/Users/usuario/Downloads/DialnetGlobalizacionSociedadYPoliticaEnLaEraDeLaInformacion-4008342%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/usuario/Downloads/DialnetGlobalizacionSociedadYPoliticaEnLaEraDeLaInformacion-4008342%20(2).pdf)
5. Castells, M. (2009). Comunicación y poder. Madrid, España: Alianza. Tomado de: <https://www.felsemiotica.com/descargas/Castells-Manuel-Comunicacion-y-poder.pdf>
6. Fragua, C. (2015). Las Pymes y la Generación Z, los protagonistas del futuro mercado globalizado. Observatorio de RRH. Tomado de:  
<https://www.observatoriorh.com/diversidad-conciliacion-e-igualdad/las-pymes-y-la-generacion-z-los-protagonistas-del-futuro-mercado-globalizado>

[globalizado.html 7](#)

7. GIBB, A. (1997). Focus Group. Tomado de: <http://sru.soc.surrey.ac.uk/SRU19.html>
8. IZCARA, P. (2014). Manual de investigación cualitativa. Fontamara. Coyoacán, México DF. Tomado de: [https://www.grupocieg.org/archivos/Izcara%20\(2014\)%20Manual%20de%20Investigaci%C3%B3n%20Cualitativa.pdf](https://www.grupocieg.org/archivos/Izcara%20(2014)%20Manual%20de%20Investigaci%C3%B3n%20Cualitativa.pdf)
9. López, M. (2014). La sociedad de entretenimiento ¿fábrica de incultos? ISTMO. Tomado de: <https://www.istmo.mx/2014/07/07/la-sociedad-del-Entretenimientofabrica-deincultos>
10. Maya Franco, C. M. (2011). Adorno y la industria cultural: de la Escuela de Frankfurt al internet. Nexus, (7). <https://doi.org/10.25100/nc.v0i7.865>
11. Núñez, F. (2006). ¿Cómo analizar datos cualitativos? Butletí. La Recerca. Recuperado de: <https://cupdf.com/document/fernandez-lisette-como-analizar-datoscualitativos.html>
12. Quiroz, T. (2020). Tik Tok la aplicación favorita durante el aislamiento. Revista Argentina de Estudios de Juventud, dossier temático, e004, 2020. Universidad Nacional de la Plata. Buenos Aires, Argentina. Tomado de: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/revistadejuventud/article/view/6291/5312>
13. Rincón, O. (2019). Narrativas del entretenimiento expandido. Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación. Recuperado de: <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/4075/3167>



14. Rodríguez, D. (13 de mayo de 2020). Las TIC en la vida cotidiana: usos, ventajas, desventajas. Lifeder. Recuperado de <https://www.lifeder.com/tic-vida-cotidiana>
15. TAYLOR, S BOGDAN, R. (1986). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Buenos Aires, Paidós. Recuperado de: <http://mastor.cl/blog/wpcontent/uploads/2011/12/Introduccion-a-metodos-cualitativosdeinvestigaci%C3%B3nTaylor-y-Bogdan.-344-pags-pdf.pdf>
16. Torres, M. & Lorenzo, A. (2018). Fake News: cifras y soluciones de un fenómeno global. Tomado de: <https://bbva.info/2TEjv1s>
17. Van Dijck, J. (2016). La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redessociales. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI. Recuperado de: [http://catedratos.com.ar/media/La-cultura-de-la-conectividad -JoseVan-Dijck.pdf](http://catedratos.com.ar/media/La-cultura-de-la-conectividad-JoseVan-Dijck.pdf)
18. Camacho, C. (2018). Visión Humanística Educativa de la Generación Z 3.0 en tiempos complejos. Mérida, Venezuela. Recuperado de: [http://www.indteca.com/ojs/index.php/Revista\\_Scientific/article/view/227/195](http://www.indteca.com/ojs/index.php/Revista_Scientific/article/view/227/195)
19. Olivares, S. Gonzales, J. (2016). La generación Z y los retos del docente Universidad Autónoma de Nayarit. ECORFAN – México. Recuperado de: [https://www.ecorfan.org/proceedings/CDU\\_XI/TOMO%2011\\_11.pdf](https://www.ecorfan.org/proceedings/CDU_XI/TOMO%2011_11.pdf)
20. Salinas Ibáñez, J. (2004). Innovación docente y uso de las TIC en la enseñanza universitaria. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento, RUSC, 1(1), 3. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1037290&info=resumen&idioma=SPA>

21. Daura, T y Barni M. (2017). El desafío de enseñar en la generación net.

Disponibles en: <https://www.teseopress.com/formaciondocente/chapte>

