



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**ANÁLISIS DE TIKTOK Y SU INCIDENCIA EN LA CONSTRUCCIÓN  
DIGITAL EN LOS ESTUDIANTES DE BACHILLERATO DE LA UNIDAD  
EDUCATIVA CIUDAD DE MACHALA**

**GONZALEZ GUERRERO CRISTINA LISBETH  
LICENCIADA EN COMUNICACION**

**JAEN VILLACRES NALLELY TERESA  
LICENCIADA EN COMUNICACION**

**MACHALA  
2023**



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**ANÁLISIS DE TIKTOK Y SU INCIDENCIA EN LA  
CONSTRUCCIÓN DIGITAL EN LOS ESTUDIANTES DE  
BACHILLERATO DE LA UNIDAD EDUCATIVA CIUDAD DE  
MACHALA**

**GONZALEZ GUERRERO CRISTINA LISBETH  
LICENCIADA EN COMUNICACION**

**JAEN VILLACRES NALLELY TERESA  
LICENCIADA EN COMUNICACION**

**MACHALA  
2023**



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS PRÁCTICAS DE INVESTIGACIÓN Y/O  
INTERVENCIÓN**

**ANÁLISIS DE TIKTOK Y SU INCIDENCIA EN LA  
CONSTRUCCIÓN DIGITAL EN LOS ESTUDIANTES DE  
BACHILLERATO DE LA UNIDAD EDUCATIVA CIUDAD DE  
MACHALA**

**GONZALEZ GUERRERO CRISTINA LISBETH  
LICENCIADA EN COMUNICACION**

**JAEN VILLACRES NALLELY TERESA  
LICENCIADA EN COMUNICACION**

**ROMAN AGUILAR MARIA MAGDALENA**

**MACHALA  
2023**

# ANÁLISIS DE TIKTOK Y SU INCIDENCIA EN LA CONSTRUCCIÓN DIGITAL EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIDAD EDUCATIVA CIUDAD DE MACHALA

*por* González Guerrero Cristina Lisbeth Jaén Villacres Nallely Teresa

---

**Fecha de entrega:** 25-sep-2023 12:22p.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 2176601255

**Nombre del archivo:** TESIS\_TIK\_TOK\_1.pdf (1.36M)

**Total de palabras:** 13300

**Total de caracteres:** 70942

# ANÁLISIS DE TIKTOK Y SU INCIDENCIA EN LA CONSTRUCCIÓN DIGITAL EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIDAD EDUCATIVA CIUDAD DE MACHALA

## INFORME DE ORIGINALIDAD

5%

INDICE DE SIMILITUD

4%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://reunir.unir.net">reunir.unir.net</a> Fuente de Internet	< 1%
2	<a href="http://style.shockvisual.net">style.shockvisual.net</a> Fuente de Internet	< 1%
3	<a href="http://www.dspace.uce.edu.ec:8080">www.dspace.uce.edu.ec:8080</a> Fuente de Internet	< 1%
4	Submitted to University of Technology, Sydney Trabajo del estudiante	< 1%
5	<a href="http://bdigital.unal.edu.co">bdigital.unal.edu.co</a> Fuente de Internet	< 1%
6	<a href="http://biologia.ucr.ac.cr">biologia.ucr.ac.cr</a> Fuente de Internet	< 1%
7	<a href="http://www.biodiversityeconomics.org">www.biodiversityeconomics.org</a> Fuente de Internet	< 1%
8	<a href="http://www.diariodenoticias.com">www.diariodenoticias.com</a> Fuente de Internet	< 1%

9	Andrea Corrales Devesa. "Por la imagen pornográfica. Infraestructuras, materialidades y corpo*realidades desde la perspectiva de sus trabajadoras.", Universitat Politecnica de Valencia, 2023 Publicación	< 1%
10	<a href="http://www.seoptimizer.com">www.seoptimizer.com</a> Fuente de Internet	< 1%
11	<a href="http://addi.ehu.es">addi.ehu.es</a> Fuente de Internet	< 1%
12	<a href="http://context.reverso.net">context.reverso.net</a> Fuente de Internet	< 1%
13	<a href="http://dialnet.unirioja.es">dialnet.unirioja.es</a> Fuente de Internet	< 1%
14	<a href="http://rmebrk.kz">rmebrk.kz</a> Fuente de Internet	< 1%
15	<a href="http://explore.openaire.eu">explore.openaire.eu</a> Fuente de Internet	< 1%
16	<a href="http://moam.info">moam.info</a> Fuente de Internet	< 1%
17	"El rol del pediatra en las redes sociales: identidad digital. Recomendaciones de buena práctica", Archivos Argentinos de Pediatría, 2022 Publicación	< 1%

18	<a href="https://repositorio.utfpr.edu.br">repositorio.utfpr.edu.br</a> Fuente de Internet	< 1%
19	<a href="https://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Fuente de Internet	< 1%
20	<a href="https://www.somece.org.mx">www.somece.org.mx</a> Fuente de Internet	< 1%
21	Héctor A. Feruglio Ortiz. "Imaginario tecno-cultural", Teseo, 2022 Publicación	< 1%
22	Submitted to Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC Trabajo del estudiante	< 1%
23	Submitted to Universidad Técnica de Machala Trabajo del estudiante	< 1%
24	<a href="https://repositorio.uees.edu.ec">repositorio.uees.edu.ec</a> Fuente de Internet	< 1%
25	<a href="https://cris.usil.edu.pe">cris.usil.edu.pe</a> Fuente de Internet	< 1%
26	<a href="https://doczz.es">doczz.es</a> Fuente de Internet	< 1%
27	<a href="https://mail.polodelconocimiento.com">mail.polodelconocimiento.com</a> Fuente de Internet	< 1%
28	<a href="https://ri.ues.edu.sv">ri.ues.edu.sv</a> Fuente de Internet	< 1%

**29** [www.scielo.org.ar](http://www.scielo.org.ar) Fuente de Internet < **1** %

---

**30** Pilar Lacasa, Noelia Carbonell-Bernal, Silvia Duran-Bonavila, Paloma Contreras-Pulido. "Héroes, ídolos y Jóvenes influencers", TECHNO REVIEW. International Technology, Science and Society Review /Revista Internacional de Tecnología, Ciencia y Sociedad, 2022  
Publicación < **1** %

---

**31** [cienciamatriarevista.org.ve](http://cienciamatriarevista.org.ve) Fuente de Internet < **1** %

---

**32** [de.slideshare.net](http://de.slideshare.net) Fuente de Internet < **1** %

---

**33** [elpais.com](http://elpais.com) Fuente de Internet < **1** %

---

**34** [hdl.handle.net](http://hdl.handle.net) Fuente de Internet < **1** %

---

**35** [openjicareport.jica.go.jp](http://openjicareport.jica.go.jp) Fuente de Internet < **1** %

---

**36** [ueciudademachala.blogspot.com](http://ueciudademachala.blogspot.com) Fuente de Internet < **1** %

---

**37** [worldwidescience.org](http://worldwidescience.org) Fuente de Internet < **1** %

---

**38** [www.researchgate.net](http://www.researchgate.net)

Fuente de Internet

< **1** %

39

[www.todoexpertos.com](http://www.todoexpertos.com)

Fuente de Internet

< **1** %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 10 words

Excluir bibliografía

Activo

## CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

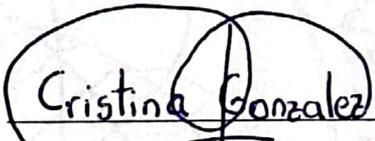
Las que suscriben, GONZÁLEZ GUERRERO CRISTINA LISBETH y JAÉN VILLACRES NALLELY TERESA, en calidad de autoras del siguiente trabajo escrito titulado ANÁLISIS DE TIKTOK Y SU INCIDENCIA EN LA CONSTRUCCIÓN DIGITAL EN LOS ESTUDIANTES DE BACHILLERATO LA UNIDAD EDUCATIVA CIUDAD DE MACHALA, otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Las autoras declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

Las autoras como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

  
GONZÁLEZ GUERRERO CRISTINA LISBETH

0705620441

  
JAÉN VILLACRES NALLELY TERESA

0706515228

## **DEDICATORIA**

Les dedicamos el resultado de este trabajo que con esfuerzo y dedicación lo culminación, a toda nuestra familia, principalmente a nuestros padres que nos apoyaron y siempre estuvieron presentes para aconsejarnos y seguir adelante en los momentos difíciles.

También queremos dedicarles este trabajo a nuestras parejas que siempre nos apoyaron y estuvieron ahí con nosotras, pese a las dificultades que se nos presentaron, teniéndonos paciencia y comprensión.

También, queremos dedicarles este trabajo a nuestros hijos, porque son el pilar fundamental para poder culminar este trabajo, ya que, con cada sonrisa, nos empujaban a seguir adelante.

**González Guerrero Cristina Lisbeth - Jaén Villacrés Nallely Teresa**

## **AGRADECIMIENTO**

El principal agradecimiento a Dios por permitir cumplir uno de mis proyectos, gracias a mi familia por darme ese apoyo emocional para nunca rendirme, sobre todo mi pequeña hija Alice que me da energía para salir adelante, a mi esposo por siempre estar presente en cada logro y por impulsarme a cumplir mis metas.

Agradecer a cada uno de mis docentes por compartir sus conocimientos y dejar plasmado uno de ellos.

**Jaén Villacrés Nallely Teresa**

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por permitirme cumplir un proyecto más en mi vida, a mi padre, que pese a la distancia siempre me apoyo para poder culminar mi carrera, a mis abuelitos que nunca se negaron a cuidar a mi hijo para poder cumplir esta meta y siempre me apoyaron incondicionalmente, a mi esposo que con su comprensión me demostró el apoyo que siempre tuve de él y sobre todo a mi hijo Addriel que con su amor seguí adelante y no me detuve, ellos son que con cariño y amor me impulsaron a perseguir mis metas y nunca abandonarlas.

Agradecer a cada uno de mis docentes por siempre inculcar sus conocimientos, a mi tutora por su paciencia y dedicación siempre me mantuvo al firme en las correcciones precisas, gracias a ello culmine este proyecto. **González Guerrero Cristina Lisbeth**

## RESUMEN

El principal medio de interacción social en la actualidad son las redes sociales, es decir, estamos frente a una sociedad mucho más digitalizada que en otros tiempos, esto se puede evidenciar en la cultura de la población, las prácticas y costumbres, así como el surgimiento de las diferentes redes sociales, considerando este contexto, se plantea como objetivo de la investigación analizar el uso de TikTok y su incidencia en la construcción de identidad digital en los adolescentes de la Unidad Educativa Ciudad de Machala; para esto se recurrirá a la investigación exploratoria, las variables son de tipo no experimentales; la investigación también es de tipo descriptiva y explicativa, el enfoque es cualitativo, la población estará conformada por todos los estudiantes de la Unidad Educativa Ciudad de Machala, del cantón Machala que se encuentren matriculados entre los cursos de 1ero de bachillerato hasta 3ro bachillerato, es decir, alumnos comprendidos entre los 13 años de edad en adelante, de los cuales se obtuvo el tamaño de la muestra, la misma que será de 172 estudiantes. La investigación es de gran interés para el contexto académico debido a que se trata de un tema de actualidad que puede estar afectando a la sociedad actual y particularmente a los estudiantes de la Unidad Educativa Ciudad de Machala. Se ha escogido para esta investigación a la Unidad Educativa Ciudad de Machala, por ser una institución educativa grande y diversa. Se ha seleccionado la red social TikTok por el impacto que esta ha tenido durante los últimos años en el público adolescente a nivel mundial. El instrumento a utilizar para recolectar la información será el cuestionario de preguntas cerradas con la finalidad de conocer la identidad digital de los adolescentes y el uso de la red social TikTok, destinadas a los adolescentes de la Unidad Educativa Ciudad de Machala, del cantón Machala, además de ello, se entrevistará a tres profesionales profesores o psicólogos. Los alumnos serán divididos entre varones y mujeres. Se procederá a medir el comportamiento de los adolescentes en la plataforma de TikTok, luego de lo cual se tabularán utilizando el software estadístico SPSS v.26, para finalmente graficar los resultados y obtener conclusiones. Se concluye que el uso de la red social TikTok si incide en la construcción de identidad digital en los adolescentes de la Unidad Educativa Ciudad de Machala, pero el impacto de esta dependerá del estudiante la use, ya que hay desventajas y ventajas que esa red ofrece. Se sugiere que algunos investigadores realicen estudios acerca de la red social TikTok según el género. Se concluye que el uso de la red social TikTok si incide en la construcción de identidad digital en los adolescentes de la Unidad Educativa Ciudad de Machala, pero el impacto de esta dependerá de cómo el estudiante la use, ya que hay desventajas y ventajas que esa red ofrece.

**Palabras clave:** red social, TikTok, cultura, identidad digital, comportamiento.

## ABSTRACT

The main means of social interaction today are social networks, that is, we are facing a much more digitized society than in other times, this can be seen in the culture of the population, practices and customs, as well as the emergence of different social networks, considering this context, the objective of the research is to analyze the use of TikTok and its impact on the construction of digital identity in young people of the Ciudad de Machala Educational Unit; The research is also descriptive and explanatory, the approach is qualitative, the population will consist of all students of the Educational Unit City of Machala, Machala canton who are enrolled between the courses of 1st of high school to 3rd high school, that is, students aged between 13 years old and older, from which the sample size was obtained, the same will be 172 students. The research is of great interest for the academic context because it deals with a current issue that may be affecting today's society and particularly the students of the Unidad Educativa Ciudad de Machala. The Unidad Educativa Ciudad de Machala has been chosen for this research because it is a large and diverse educational institution. The social network TikTok has been selected because of the impact it has had during the last few years on the worldwide adolescent public. The instrument to be used to collect the information will be the questionnaire of closed questions in order to know the digital identity of adolescents and the use of the social network TikTok, aimed at adolescents of the Educational Unit City of Machala, Machala canton, in addition to this, three professional teachers or psychologists will be interviewed. The students will be divided between boys and girls. We will proceed to measure the behavior of adolescents on the TikTok platform, after which they will be tabulated using the statistical software SPSS v.26, to finally graph the results and draw conclusions. It is concluded that the use of the social network TikTok does have an impact on the construction of digital identity in the youth of the Educational Unit Ciudad de Machala, but the impact of this will depend on the student using it, since there are disadvantages and advantages that this network offers. It is suggested that some researchers conduct studies about the social network TikTok according to gender. While it is true that our study specifies at some points the contributions of men and women, other results could be obtained in greater depth if there were comparative studies.

Keywords: social network, TikTok, culture, digital identity, behavior.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO 1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO	8
1.1. JUSTIFICACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	8
1.2. Objetivos	10
1.2.1. Objetivo general	10
1.2.2. Objetivos específicos:	10
CAPÍTULO 2. ANTECEDENTES DEL TEMA	11
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	11
2.2. La red social TikTok y la comunicación digital	13
2.3. Pasos a seguir para crear una cuenta de TikTok	14
2.4. La red social TikTok y la Identidad cultural de los adolescentes	15
2.5. TikTok y la Identidad digital de los adolescentes	16
2.6. Clasificación de los tipos de contenidos compartidos en TikTok	18
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA	19
3.1. Diseño de la investigación	19
3.2. Diseño metodológico	19
3.3. Población y muestra	20
CAPITULO 4. RESULTADOS	22
4.1. Análisis de la entrevista	22
4.2. Análisis de las encuestas	28
4.3. Discusión	38
4.4. Recomendaciones	41
BIBLIOGRAFÍA	42

## ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1.	Género y Edad	28
Tabla 2.	Actividades que dedican mayor tiempo	29
Tabla 3.	Dispositivo móvil y tipo de plan.	30
Tabla 4.	¿Tiene redes sociales? *¿A que red social le dedica más tiempo?	31
Tabla 5.	Relación frecuencia de utilización de la red social Tik Tok y su participación interactiva en la misma.	32
Tabla 6.	Relación ¿Sus padres saben que consume la red social Tik Tok?; ¿Cada cuánto tiempo Sube contenido a la red social Tik Tok?	33
Tabla 7.	Relación entre la pregunta ¿Qué tipo de contenidos visualiza en Tik Tok? *¿Se siente identificado con uno de los influencers que usted sigue?	34
Tabla 8.	Relación entre la pregunta ¿Cuáles son los (@) influencers que usted más sigue en la red social Tik Tok? *¿Se siente identificado con uno de los influencers que usted sigue?	36

## ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1.	Género y Edad	28
Figura 2.	Actividades que dedican mayor tiempo	29
Figura 3.	Dispositivo móvil y tipo de plan.	30
Figura 4.	¿Tiene redes sociales?	31
Figura 5.	Frecuencia de utilización de la red social Tik Tok	32
Figura 6.	¿Sus padres saben que consume la red social TiK Tok?	33
Figura 7.	¿Qué tipo de contenidos visualiza en Tik Tok?	34
Figura 8.	¿Cuáles son los (@) influencers que usted más sigue en la red social Tik Tok?	36

## **CAPÍTULO 1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO**

### **1.1. JUSTIFICACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El uso de la red de internet ha ido ganando espacio en la sociedad de manera progresiva, es así que en la actualidad su uso se ha difundido a todas las esferas sociales, desde las actividades recreativas hasta la forma de relacionarse socialmente, por lo que en la actualidad constituyen una valiosa fuente de información acerca de diferentes temas o condiciones. Esto ha hecho que también se incremente el número de teléfonos inteligentes, los cuales suman en la actualidad 3.300 millones de usuarios con acceso a internet (Montag et al., 2020).

Cuando se utiliza el internet se va dejando huellas digitales que definen y muestran nuestra identidad digital, en el caso de las nuevas generaciones, este proceso acontece desde la infancia, las mismas que se vuelven más fértiles debido al continuo acceso a internet desde diferentes dispositivos con los que los seres humanos interactuamos diariamente (Hernández et al., 2021). El principal medio de interacción social en la actualidad son las redes sociales, es decir, estamos frente a una sociedad mucho más digitalizada que en otros tiempos, esto se puede evidenciar en la cultura de la población, las prácticas y costumbres, las mismas que se han ido adaptando a esta nueva forma de comunicación.

Por medio del acceso al servicio de internet y las redes sociales, el individuo mantiene una interrelación con sus iguales, al mismo tiempo que crea su propia identidad cultural, la misma que se va reforzando conforme el niño, niña o adolescente adquiere la capacidad de relacionarse con otros similares a él mediante sus intereses. De esta manera se va construyendo una identidad digital que representa a la identidad humana que va a ser utilizada durante la interacción con otras personas en la red (López & Sánchez, 2019).

La identidad cultural de un grupo de personas puede verse influenciado de acuerdo con las actualidades que se presenten durante el transcurso del tiempo y la evolución tecnológica, los adolescentes pueden exteriorizar estereotipos foráneos, presentar conductas monótonas o crear su estereotipo propio, costumbres o proceder psicosocial, por lo que resulta difícil establecer una diferencia entre la vida virtual y real.

En internet existen diferentes aplicaciones y servicios que son utilizadas por las personas en la vida diaria. Intercambiar ideas u opiniones con el mundo mediante el uso de las plataformas

digitales es muy fácil, entre las más cotizadas se encuentran Facebook e Instagram, las cuales, al principio fueron muy utilizadas por los adolescentes y adolescentes, sin embargo, actualmente estas son muy parecidas entre sí, por lo que se han vuelto monótonas para las nuevas generaciones.

Si bien es cierto, cada una de las redes sociales mencionadas buscan la forma adecuada de conseguir su propia audiencia, la realidad es que en la actualidad son muy parecidas entre sí, estas se han fusionado por lo que comparten iguales características, esto ha hecho que los adolescentes busquen una nueva alternativa como TikTok, red social que rápidamente se posicionó en el mercado. De acuerdo con Ramallal y Belda (2021), una de las redes sociales más utilizadas en la actualidad es TikTok, esta brinda diferentes contenidos a los usuarios, su producción habitualmente es amateur, por lo que son vistos como algo familiar y cercano. Esta red social tiene una tendencia hacia las narraciones audiovisuales y tridimensionales, su inspiración es la estereoscopia, mientras que su estética se fundamenta en el anaglifo.

Por medio de esta red social los usuarios exponen las acciones vinculadas a su diario vivir de forma visual, además de ello, tienen una actitud participativa y colectiva. La diversión mediante TikTok presenta varias facetas, los usuarios pueden crear, descubrir y adoptar diferentes personalidades online multifacéticas debido a la combinación de disciplinas artísticas como actuación, canto, baile, entre otras. La conducta del adolescente se delimita por el intercambio constante de conocimientos y la adopción de otras formas de hablar, vestir o bailar. En definitiva, se crean nuevas identidades como videos tutoriales, challenges de baile, otakus, gamers.

Los adolescentes en la actualidad recurren a esta plataforma con la finalidad de crear otras identidades culturales partiendo de la creación de videos cortos; esta aplicación es de fácil uso para los adolescentes, es por esto que desestiman el uso de otras plataformas similares para pasarse a TikTok. La red social TikTok pone en evidencia la relevancia de crear contenidos virales por medio de los cuales se procura ser entretenido y emocionante, los adolescentes suben videos con diferentes filtros y sonidos, el principal atrayente es la interpretación con varios audios.

La investigación planteada tiene como punto central entrever la relevancia, efectos e identidad cultural que puede transmitir la red social de TikTok en los adolescentes, previo a ello se llevará a cabo un análisis minucioso de la literatura existente con relación al problema planteado. La investigación es de gran interés para el contexto académico debido a que se trata de un tema de actualidad que puede estar afectando a la sociedad actual y particularmente a los estudiantes de la

Unidad Educativa Ciudad de Machala. Se ha escogido para esta investigación a la Unidad Educativa Ciudad de Machala, por ser una institución educativa grande y diversa. Se ha seleccionado la red social TikTok por el impacto que esta ha tenido durante los últimos años en el público adolescente a nivel mundial.

Con la finalidad de establecer la incidencia en la construcción de identidad digital se ha seleccionado a los adolescentes de 1ero de bachillerato hasta 3ro bachillerato debido a que la red social con la cual se va a trabajar está conformada principalmente por usuarios adolescentes.

De aquí surgen algunas interrogantes al respecto:

¿De qué manera la red social TikTok impone en los adolescentes determinadas formas de ver la realidad?

¿Cuál es la razón por la que TikTok ha pasado a ser una aplicación influyente y ha promovido en los adolescentes una cultura virtual?

¿Cuáles son los motivos fundamentales que han llevado a los adolescentes a insistir en el uso de esta aplicación como una forma de coexistencia habitual frente a una sociedad virtual?

¿Los adolescentes se sienten identificados culturalmente con la red social TikTok?

## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1. Objetivo general**

Analizar el uso de TikTok y su incidencia en la construcción de identidad digital en los adolescentes de bachillerato de la Unidad Educativa Ciudad de Machala.

### **1.2.2. Objetivos específicos:**

- Identificar los contenidos de TikTok que visualizan los adolescentes de la unidad educativa ciudad de Machala.
- Determinar la participación que poseen los adolescentes en el uso de la red social TikTok.
- Conocer con qué frecuencia los adolescentes de la Unidad Educativa Ciudad de Machala publican contenido a la red social TikTok.

## **CAPÍTULO 2. ANTECEDENTES DEL TEMA**

### **2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

Entre los principales medios de difusión de información, aparte de los medios tradicionales, se encuentran las redes sociales, la última que se sumó a estas es la plataforma de TikTok, enaltecida como un fenómeno de grandes masas, particularmente gracias a la generación Z, que constituye el mayor número de usuarios de esta red, por medio de la cual les es posible expresarse con toda la libertad que deseen (Martínez, 2023).

La red social TikTok fue lanzada al mercado chino en el año 2016 con el nombre de Douyin, y a nivel mundial como TikTok, sin embargo, no fue hasta el año 2018 cuando se consolidó como la aplicación móvil con el mayor número de descargas en Estados Unidos; en la actualidad se encuentra disponible en más de 150 países y la cantidad de usuarios activos mensuales sobrepasa los 800 millones (Becerra & Taype, 2020). Las motivaciones para recurrir a esta aplicación son la diversión, la comunicación y la autoexpresión (Pedrouzo & Krynski, 2022).

Según el informe Q2 2022: Store Intelligence Data Digest, publicado por la empresa SensorTower (2022), TikTok fue la aplicación con el mayor número de descargas durante el segundo trimestre 2022 a nivel mundial, del total de suscriptores, el 85% se encuentran entre los 13 a 24 años. De acuerdo con Zhu et al. (2019), por medio de esta plataforma es posible compartir micro videos a partir de los cuales, el usuario puede crear nuevos videos cortos, estos pueden variar desde unos cuantos segundos hasta varios minutos, para luego ser compartidos con el total de la comunidad de TikTok.

De acuerdo con el portal Statista (2023), la red social TikTok cuenta para el año 2023 con un total de 908,7 millones de usuarios registrados. De estos, más de 9 millones dispositivos conectados mensualmente a esta red se encuentran en Ecuador.

Gracias a la aparición de TikTok los adolescentes dejaron de lado su papel pasivo como simples receptores de información, para convertirse en emisores de todo tipo de contenidos, y prosumidores, es decir, consume un producto o servicio en el que él mismo participa como productor; entre las razones que los motivan a producir contenidos se encuentran la “búsqueda de admiración y reconocimiento, ansia de crear y de formar parte de una comunidad del ciberespacio”

(Maqueda et al., 2019, p 3.). La creatividad de los adolescentes se sostiene en las nuevas experiencias y emociones que experimentan.

Entre las claves de éxito de la red social TikTok se destaca el colorido de sus contenidos, las narrativas expuestas resultan muy limitadas conceptualmente; la popularidad de esta plataforma radica en la creación de videoclips de 15 segundos en los que surgen personas reales llevando a cabo actividades entretenidas y creativas. Los usuarios se manejan con autenticidad por lo que es contrario a otras redes sociales en las que los contenidos expuestos son perfectamente perfilados y diseñados (Acosta, 2022).

De acuerdo con Unay et ál. (2023), además de las características mencionadas previamente, también existe contenido con particularidades educativas, el cual también es muy consumido. Es decir, TikTok también constituye una oportunidad como forma optativa de comunicación y vínculo entre el diálogo referente a temas educacionales y comunidades varias, esto incluye comunidades de adolescentes y no adolescentes.

Marino (2023) expresa que es importante recalcar que los usuarios también pueden identificar su contenido con hashtags, con la finalidad de que otros usuarios puedan examinar sus videos, y ser parte en remezclas de contenido compartido anteriormente en la plataforma, principalmente sincronizando canciones y extractos de sonido. TikTok es utilizado principalmente como un recurso de entretenimiento y es promovido por tendencias algorítmicas que anticipan lógicas miméticas, es decir, la creación y utilización de contenidos fundados en la emulación.

La plataforma de TikTok está conformada por dos interfaces principales, la primera designada con el nombre *For You* o para ti en español, el sistema le recomienda al usuario el vídeo más popular según el algoritmo de la aplicación; si el usuario no manifiesta interés en este primer video, tiene la opción de deslizar para abajo con la mano y ver otros vídeos, sin embargo, nunca sabrá cuál va a ser el siguiente vídeo porque este aparece de forma aleatoria. En lo que respecta a los comentarios, estos se ubican en el lado derecho, al hacer clic se puede observar los primeros comentarios, el usuario también puede responder y discutir estos comentarios (Wu, 2020).

Esta red social ha tenido un dramático incremento en el uso durante el transcurso del año 2023, al igual que una prevalencia de su utilización entre adolescentes y niños pequeños, por lo que resulta muy imperativo que se lleven a cabo investigaciones acerca de su efecto en diferentes aspectos de la vida humana (Joiner et al., 2023).

## 2.2. La red social TikTok y la comunicación digital

De acuerdo con la investigación realizada por Micaletto et al. (2022), en la cual se plantearon como objetivo analizar la percepción que tienen los usuarios de la red social TikTok acerca de esta herramienta y de los recursos utilizables, llegando a la conclusión de que las redes sociales desempeñan un papel fundamental para la difusión de contenidos digitales, estos tratan temas de interés general; son de canales de comunicación directa que hacen posible conectarse con la audiencia sin sutilezas. Por medio de estas plataformas es posible tener una comunicación digital con distintos usuarios con la finalidad de inducir una reacción en la persona receptora.

La comunicación digital es utilizada en los diferentes ámbitos, es así que, Castro y Díaz (2021), en su investigación analizaron el uso de las redes sociales como forma de comunicación política, se realizó una revisión cuantitativa y cualitativa de los contenidos compartidos por un partido político en España, donde se destaca como resultado que las nuevas plataformas, particularmente TikTok sirve de ayuda para la comprensión de los procesos de polarización y vinculación sentimental con determinados posicionamientos que tienen un efecto en la sociedad, además de esto, también contribuye para la detección de estrategias que permitan hacer frente a la desinformación y los contenidos inicios.

Otro sector que se ha visto beneficiado por el uso de la red de TikTok como medio de comunicación digital son las empresas, un ejemplo de esto es la empresa de venta de cosméticos “Zara”, la misma que ha recurrido a esta red social con la finalidad de llegar a su público objetivo, el soporte apropiado de la plataforma, al igual que la estrategia de contenidos, el seguimiento de Trends. La plataforma la ha permitido a la empresa llevar una excelente comunicación con su público, y ha encontrado un equilibrio entre la estrategia de contenido y la adaptación a varios tipos de público (Cristófol & Carrasco, 2023).

Otro sector empresarial que está incursionando en el uso de TikTok para difundir información entre sus *stakeholders*, por ejemplo, empresa ASOS dedicada al sector de la moda, se ha visto en la necesidad de adaptar sus contenidos para participar mediante esta plataforma. Esta red social es vista por el sector de la moda como un escaparate apropiado, debido a su carácter visual; los resultados evidencian el esfuerzo creciente que realiza la empresa para mejorar, sin embargo, el vínculo emocional con los clientes todavía debe mejorar (Villena et al., 2020).

Según la investigación realizada por Zabala y Banda (2022), la Educomunicación es otro sector que ha sido fortalecido por la red social TikTok, en la actualidad se la está utilizando como herramienta de acompañamiento durante el proceso de enseñanza y aprendizaje tanto en centros de educación básica como también en universidades; la Educomunicación forma parte del campo de lo teórico-práctico, y toma en cuenta estas dos disciplinas académicas como son la educación y la comunicación.

De acuerdo con la investigación realizada por Magaña et al. (2023), una buena estrategia didáctica mediada por el uso de esta red social puede tener un impacto significativo en los estudiantes de mercadotecnia, particularmente en el desarrollo de las habilidades creativas e innovación, por lo que los investigadores recomiendan su utilización para innovar en clase y mejorar los procesos de aprendizaje de la asignatura.

Acevedo et al., (2022), describen en su investigación una práctica educativa que se lleva a cabo con la asignatura de Aspectos Didácticos y Organizativos de Educación Infantil, en España, los alumnos por medio de un proceso de búsqueda previa en la red social TikTok de videos en los cuales se explique el método didáctico que se les asignó, fue posible evaluar la percepción de los alumnos con relación a esta red social y sus implicancias para la educación, pudiendo determinarse que mediante el uso de TikTok es posible el desarrollo de habilidades comunicativas, al igual que mejorar la competencia de aprender a aprender, mediante el aprendizaje autónomo, indagador y experiencial.

Como se puede apreciar en las diferentes investigaciones revisadas, en la actualidad la red social TikTok es importante para la comunicación desde los diferentes contextos sociales, sean estos económicos, sociales, políticos, entre otros. Su uso se ha difundido en nuestra sociedad de forma rápida, es por esto que puede tener alguna influencia en la identidad cultural, particularmente de los adolescentes, que son susceptibles de acoger todo tipo de nuevas culturas y adaptarse a ellas, dejando de lado su identidad cultural propia y acogiendo nuevas costumbres provenientes de diferentes partes del mundo.

### **2.3. Edad para crear una cuenta de TikTok**

Para comenzar a crear una cuenta de TikTok lo primero que se debe hacer es descargar la aplicación en un dispositivo móvil. Para más comodidad del usuario, este puede también registrarse mediante la página web de TikTok. Una vez descargada la aplicación se sigue los

siguientes pasos: en primer lugar, abrir la aplicación y seleccionar la forma de registro, se deber escoger por qué método se va a hacer esta actividad, puede ser mediante el número de teléfono, a través del correo electrónico, con la cuenta de Google o Apple o accediendo al registro con alguna red social como Facebook o Twitter.

Parte importante de crear una cuenta de TikTok es la edad mínima para tener una cuenta, esta debe ser superior a los 13 años. Una vez identificado el usuario con la edad adecuada, se procede a la creación de la contraseña. Se debe crear una contraseña de acuerdo con los requisitos que pone la aplicación, esto es: entre 8 y 20 caracteres con letras, números y caracteres especiales. Además de esto, se deberá añadir un nombre de usuario, este es el nombre por el que será conocida la persona en TikTok. Para esto se deberá ir intentando mezclas hasta hallar el que más le guste al usuario y que se encuentre utilizable. A continuación, se deberá pulsar en registrar y de esta manera ya estará creada la nueva cuenta de TikTok.

Finalmente se debe confirmar la dirección de correo electrónico, previo a continuar adelante, se debe comprobar el correo electrónico con el que se ha registrado el usuario. Un paso fácil para consumir el registro y conservar la cuenta segura es ubicar un contacto o medio que permita la recuperación de la contraseña. Una vez completado el registro, ya será posible interactuar con las demás cuentas de la aplicación, seguir usuarios, dar like y comentar los videos.

#### **2.4. La red social TikTok y la Identidad cultural de los adolescentes**

Se han realizado algunas investigaciones relacionadas con el uso de esta aplicación y su importancia en la constitución de la identidad cultural, por ejemplo, Zuo y Wang (2019), en su investigación analizan el comportamiento de los usuarios de TikTok, su motivación como copartícipe en la cultura popular y edifica la identidad propia, la identidad grupal y la identidad cultural del comportamiento del usuario; los autores concluyen que la participación de los usuarios en esta aplicación no constituye solo una expresión especial de la cultura, también es un reflejo de la disyuntiva del sentido de pertenencia y la pureza emocional del usuario.

De acuerdo con Lacasa et al. (2022), en su investigación explican como la plataforma de TikTok puede ser una contribución para el desarrollo de varios modelos de identidad cultural en los adolescentes, los mismos que son terciados por las industrias culturales; la metodología a la que se recurre es el análisis de contenido, los resultados encontrados evidencian la presencia de

diferentes dimensiones a partir de las cuales, las industrias culturales cimientan la identidad de héroes, ídolos o influencers.

En Ecuador, particularmente en la ciudad de Cuenca, Arévalo et al. (2022), investigaron el manejo que los adolescentes le dan a las redes sociales en el colegio Octavio Cordero Palacios, entre los resultados encontrados se pudo evidenciar que su uso es de al menos cuatro horas diarias; por otra parte, en lo que respecta a su influencia cultural, pudo evidenciarse que la mayor parte de los encuestados han presentado algún cambio en lo que respecta a su comportamiento, con hábitos ajenos a la cultura propia de ellos, particularmente la red social TikTok, la misma que tiene gran aceptación por parte de los estudiantes, por lo que se evidencia su influencia en la cultura de los adolescentes.

Si bien es cierto, y como se ha dicho previamente, existen investigaciones que demuestran la influencia que la red social TikTok puede tener en la identidad cultural de los adolescentes, Darwin (2022), en su investigación realizada con estudiantes de Hong Kong, en la cual se realizó un análisis de del discurso multimodal de varios videos presentes en la red social TikTok, los resultados evidencian que los creadores de contenido se pudieron contener a la lógica memética, debido a que encontraron varias formas de reafirmar su identidad como hongkoneses, forjando de esta manera un sentido de comunidad entre los habitantes de esta región, destacando así su personalidad, además de los espacios y lenguajes locales.

Como se puede apreciar en los resultados de las investigaciones analizados, la red social TikTok puede ser una influencia en la identidad cultural de la juventud, sin embargo, también hay resultados en los que se puede ver la escasa o nula influencia cultural en los adolescentes, por lo que la educación y los valores familiares son parte importante para evitar que pierdan su identidad cultural al estar expuestos a este tipo de contenidos que son compartidos por personas de diferentes partes del mundo.

## **2.5. TikTok y la Identidad digital de los adolescentes**

La identidad digital constituye un concepto amplio que incluye el perfil personal utilizado en las redes sociales, los comentarios dejados en las diferentes redes sociales, al igual que la red de contactos que el usuario perfila en el mundo digital, es decir, es todo aquello que un individuo expresa en el ciberespacio, esto incluye su actuación, por medio de la cual será percibido por los demás usuarios de la red (Lamas et al., 2022).

De acuerdo con Castillejos (2021), existen varios motivos que llevan a los adolescentes a unirse a la red social TikTok, entre estos se encuentran la búsqueda de reconocimiento social, considerarse parte importante de lo que sucede en el mundo, la necesidad de expresar sus formas de pensar, al igual que la construcción de una identidad que en la actualidad va más allá del tema presencial, construir una identidad digital.

En las redes sociales como TikTok, un elemento fundamental en la construcción de una identidad digital son las historias que el usuario comparte, es decir, un contenido muy breve y volátil relacionado con sus actividades habituales, por medio de las cuales se manifiesta bien su vida digital, sus intereses por el presente. La visualización de estas es ligera y sin reparar en ellas (Rubo, 2022).

Según Botas (2022), el cuidado de la imagen en la red social TikTok y la gestión de la misma, en la actualidad ha pasado a convertirse incluso en una oportunidad laboral para muchos adolescentes, esto ha hecho que muchos usuarios busquen potenciar su identidad digital en esta red, enfocándose en muchos casos en alguna línea que les permita generar algún tipo de negocio. La adecuada gestión de la identidad digital incluye la foto de perfil mostrada o imágenes en movimiento, esto los lleva a encumbrarse como nuevas figuras públicas, y muchos adolescentes de este siglo los posicionan como un ejemplo.

De acuerdo con los resultados de la investigación realizada por Gómez y Jiménez (2022), al caracterizar la lógica por medio de la cual modelan la construcción del perfil de TikTok los adolescentes en Chile, los resultados evidencian la presentación de una imagen o identidad personal construida de forma cuidadosa. Los recursos utilizados y las estrategias varían de acuerdo con el sexo de los participantes. Para las chicas es más importante la presentación de la identidad digital, particularmente en lo que respecta a la apariencia física.

Como se puede apreciar en los diferentes resultados de investigaciones realizadas, es importante para la juventud actual el uso y gestión adecuada de una identidad digital por lo que se debe investigar más a fondo el tema a fin de conocer cuál es el impacto real que tiene esta red social en la formación de los adolescentes.

## **2.6. Tipos de contenidos compartidos en TikTok**

La red social TikTok es aplicable para la producción y visualización de diversos temas, campos y áreas de desarrollo personal, cognitivo y social, razón por la que es reconocida como una herramienta de potencial versatilidad y utilidad (Lucero et al., 2021). Esto ha hecho que exista una proliferación de personas, particularmente adolescentes, que comparten todo tipo de contenidos, desde educación, cocina, diversión, entre otros.

La plataforma de TikTok, debido a las preferencias algorítmicas personalizadas que genera le puede mostrar a los usuarios diferentes temas, esto puede ir desde los vídeos que le gustan y que comparte, las diferentes cuentas que sigue, los comentarios que publica o el contenido que crea el mismo (Galeano, 2020). “Por esta razón, pasa de ser una simple plataforma de representaciones e imitaciones elaboradas por adolescentes a convertirse en un importante escenario para el desarrollo de varios temas y relevantes, como la política” (Torres et al., 2021, p. 78).

Al principio los contenidos que se compartían en TikTok eran efímeros, predominaba el baile y la música, sin embargo, en la actualidad existe una gran cantidad de contenidos que se pueden publicar (Reyes, 2021). De acuerdo con Caraballo (2022), el tipo de contenido que se comparte por medio de la red social TikTok se clasifica de la siguiente manera: informativos, de entretenimiento, tutoriales, Story times, retos y tendencias, noticias, y en vivo.

Como se puede apreciar en la literatura, los contenidos que se pueden publicar en esta red social son de todo tipo, por lo que es fundamental investigar con relación a lo que observan y comparten los adolescentes, esto permitirá conocer la influencia que estos pueden tener en su comportamiento social.

## **CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA**

### **3.1. Diseño de la investigación**

La investigación propuesta recurrirá al uso del análisis de contenido y la etnografía digital como metodologías. El análisis de contenido “es una técnica de interpretación y comprensión de textos escritos, orales, filmados, fotográficos, transcripciones de entrevistas y observaciones, discursos, documentos, es decir, todo tipo de registro teniendo en cuenta el contexto en el que se produce” (Sánchez et al., 2021, p. 124). Por medio de este método será posible analizar los diversos contenidos audiovisuales creados y compartidos por los estudiantes, al igual que aquellos que visualizan con mayor frecuencia.

La etnografía digital es un método interdisciplinario que toma en cuenta las perspectivas de las prácticas sociales de al menos tres disciplinas: la comunicación, la antropología y las ciencias de la computación, con la finalidad de explicar las complejas prácticas culturales digitales, es decir, conocer lo que significan los hechos de un grupo de personas, en su contexto cotidiano (Bárceñas & Preza, 2019). El investigador llevará a cabo una reflexión crítica relacionada con el objeto de estudio, para lo cual será necesario sumergirse en el campo de investigación y convivir con los estudiantes.

### **3.2. Diseño metodológico**

La investigación planteada es de tipo exploratoria, este tipo de investigación analiza problemas de los cuales todavía se dispone de información contradictoria o han sido poco estudiados (Álvarez, 2020). Como se pudo apreciar en la literatura analizada en los antecedentes, todavía se trata de un tema relativamente nuevo, por lo que los resultados de algunas investigaciones se contradicen con otras, es por esto que se debe estudiar con mayor profundidad el tema.

Las variables son de tipo no experimentales, este tipo de variables no son manipuladas por el investigador (Aliano & Parraguez). Es por esto que también se recurrirá a la investigación de tipo descriptiva, esto quiere decir que los resultados obtenidos al analizar las variables serán descritos brevemente y analizados por el investigador.

El problema de investigación será analizado desde el enfoque mixto, es decir que será cualitativo y cuantitativo; el cualitativo estudia varios objetos con la finalidad de entender la vida social del sujeto mediante los significados que este desarrolla, por otra parte, el método cuantitativo recurre al uso de valores numéricos para analizar el problema de investigación (Nizama & Nizama, 2020). En este caso, se estudiará la calidad y cantidad de los contenidos compartidos por los estudiantes, esto hará posible comprender la manera en que estos experimentan el mundo. Esta metodología permitirá que los cuestionarios que se realicen sean más eficientes, lo cuantitativo se constituye como una forma de aproximación al problema, mientras que lo cualitativo para realizar un análisis a profundidad.

### 3.3. Población y muestra

La población estará conformada por todos los estudiantes de la Unidad Educativa Ciudad de Machala, del cantón Machala que se encuentren matriculados entre los cursos de 1ero de bachillerato hasta 3ro bachillerato, es decir, alumnos comprendidos entre los 13 años de edad en adelante, los cuales son un total de 308 alumnos, de los cuales se obtuvo el tamaño de la muestra mediante la siguiente fórmula estadística para poblaciones finitas:

$$n = \frac{(N) * (Z) * P (1 - P)}{(N - 1) (e)^2 + Z^2 * (P) (1 - P)}$$

#### Dónde:

**n** = el tamaño de la muestra.

**N** = tamaño de la población (308 alumnos)

**P** = Probabilidad de ocurrencia de un evento, debido a que no existen estudios. Se usa 50% haciendo mayor el tamaño de la muestra

**Z** = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

**e** = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), trabajaremos con el 5%.

El Tamaño de la muestra a considerar son los siguientes datos:

Z= 1.96%

e= 5%

P= 0.5

n= alumnos a encuestar (172)

**Técnica:** Encuesta a estudiantes y entrevista a tres profesionales profesores o psicólogos.

**Instrumento:** cuestionario de 17 preguntas.

Las encuestas consistirán en preguntas cerradas con la finalidad de conocer la identidad digital de los adolescentes y el uso de la red social TikTok, destinadas a los adolescentes de la Unidad Educativa Ciudad de Machala, del cantón Machala. Los alumnos serán divididos entre varones y mujeres.

Tabla 1. Encuesta a adolescentes de la Unidad Educativa Ciudad de Machala.

Nº	Pregunta	Variable	Significado
1	Género	Cualitativa	Femenino/Masculino
2	Edad		14 - 16 años; 17-19 años; más de 20 años
3	Curso		1ero de bachillerato; 2ero de bachillerato; 3ero de bachillerato
4	Dedicación de tiempo		redes sociales; familia; amigos; actividades educativas
5	Celular		Si/No
6	Dispositivo		plan ilimitado; internet propio; internet compartido
7	Redes Sociales		Si/No
8	Uso de Redes		Facebook; TikTok; Instagram
9	Dedicación Red Social		Facebook; TikTok; Instagram
10	Frecuencia		diario; semanal; mensual; nunca
11	Participación		prosumidor; consumidor
12	Contenido Tik Tok		diario; semanal; mensual; nunca
13	Padres Tik Tok		Si/No
14	Tiempo Tik Tok		03h00 - 00h59; 01h00 - 01h59; más de 02h00
15	Tipos de Contenido		informativo; entretenimiento; Retos tendencia
16	Identificación de Influencers		Si/No
17	Cuáles son los (@) influencer que usted más sigue en la red social tik Tok		Kimberly Loayza; Domelipa; Karol G; Anuel; Mr Beast; Feid

## CAPITULO 4. RESULTADOS

### 4.1. Análisis de la entrevista

<b>Entrevistado: Psic. Clínico. Roosevelt Lambert Brito</b>	
<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
¿Como psicólogo educativo está al tanto si los estudiantes están activos en la plataforma Tik Tok?	Claro, de alguna u otra manera estamos en contacto y sabemos que los jóvenes utilizan estas diferentes redes sociales, Tik Tok es una red social que están en auge y se presta para que los jóvenes creen, suban contenido y de alguna forma vayan ganando seguidores, a base de ello vayan creando una identidad digital.
¿Usted cómo psicólogo, que piensa acerca de que los estudiantes tengan una cuenta de Tik Tok y visualicen contenidos de todo tipo?	No está de alguna forma en relación a su edad, porque ningún estudiante o ningún joven todavía está en la capacidad de tener la responsabilidad de manejar un contenido formal y si los padres no tienen la supervisión indicada, los chicos pueden ingresar en páginas que no están acorde para su edad, ellos pueden malinterpretar la información y entender un poco las cosas. Bajo su contexto y perspectiva que no es real, eso perjudicaría en su sano desarrollo, tanto emocional, personal, lógico, conductual.
¿Usted considera que es de suma importancia que los padres de familia supervisen el manejo de las redes sociales, Tik Tok?	Definitivamente, recordemos que los adolescentes todavía no tienen o no miran consecuencia de todo el contenido que suben y es muy importante que los padres o cuidadores siempre supervisen las diferentes plataformas digitales que sus hijos utilicen, para así evitar situaciones que se pueden observar de alguna u otra forma; en situaciones legales, cyberbullying, situaciones de extorsiones. Ellos como jóvenes son vulnerable frente a estas tecnologías.
¿Usted como psicólogo a percibido cambios de comportamiento, rendimiento académico en los estudiantes de bachillerato por el uso de Tik Tok?	Los jóvenes que están en bachillerato de alguna forma parece que tuviera un criterio más formado, pero sin embargo hasta un adulto le genera mayor atención al uso de celulares o más aún a las plataformas digitales. Y esta red social como Tik Tok desvía la atención en otras actividades cotidianas que puede ser en este caso de los jóvenes de bachillerato; el estudio o la preparación de alguna actividad académica y de esta forma afecta o tiene una relación directa en cuanto a su rendimiento académico y el mal uso de estas aplicaciones.

<p>Se ha implementado o se piensa realizar talleres, charlas acerca del consumo de esta red social, ¿qué herramientas utilizo o utilizaría en caso de ejecutarse?</p>	<p>Bueno, nosotros como departamento del DECE siempre implementamos estos tipos de charlas preventivas y dentro de eso está el uso responsable de las redes sociales, ahí enmarca la responsabilidad que deben de tener los jóvenes y estudiantes para poder utilizar de manera responsable esta plataforma (Tik Tok) ,como usted menciona, es la red social que está en auge con los chicos , porque piensan que Tik Tok simplemente es subir contenidos, ya sea Informal, bailes o cualquier otro tipo de demostración a través de esta pantalla, pero puede ser utilizado como una red informativa educativa, de esta manera ellos le saquen el mejor provecho.</p>
<p>Si el manejo de la red social Tik Tok estuviese influenciando de manera incorrecta en los alumnos de bachillerato, que haría usted como psicólogo de esta institución para que sus alumnos no sigan influenciados de esta manera.</p>	<p>Ir en contra de los avances tecnológicos, a veces es muy complicado, pero, sin embargo, sabiendo de que está red Tik Tok está en apogeo con los chicos, más bien hay que cambiar el contexto de cómo usarla, porque si se conoce que los estudiantes están mal usando esta plataforma, más bien se haría sensibilizándolos para que entiendan de que existe otras maneras de crear contenidos productivos funcionales educativos para su sociedad, para su entorno y para su grupo de pares.</p>

<p align="center"><b>Entrevistado:</b> Psic. Clínica. Dejanella Espinoza</p>	
<p><b>Preguntas</b></p>	<p><b>Respuestas</b></p>
<p>¿Como psicólogo educativo está al tanto si los estudiantes están activos en la plataforma Tik Tok?</p>	<p>No la verdad, yo no los sigo y evito, me mantengo al margen de poder tener contacto por esa vía con ellos.</p>
<p>¿Usted cómo psicólogo, que piensa acerca de que los estudiantes tengan una cuenta de TikTok y visualicen contenidos de todo tipo?</p>	<p>Como lo dije al principio, no estoy de acuerdo, no considero que es la edad adecuada, su estructura mental, su madurez emocional no está apta para</p>

	<p>tomar las mejores decisiones acerca de lo que consumen. Recordemos que TikTok es una plataforma en donde los videos son continuos, en donde no existe una pausa de al menos 1 o dos segundos para que las personas puedan procesar esa información. ¿Y qué es lo que hace todo el tiempo? generarle estímulo, ¿Qué genere este estímulo? La dopamina y cuando no tenemos ese estímulo, el neurotransmisor que es la dopamina hace que cree en un estado incluso de abstinencia, y esa dependencia, en especial Tik Tok, que no nos da una pausa, al menos como lo hace, por ejemplo, 3 plataformas como Netflix o incluso Instagram que se dividen por categorías y uno puede pausar para poder continuar, en cambio Tik Tok no nos dejan ni siquiera la alternativa de poder decidir cuándo no seguir consumiendo.</p>
<p>¿Usted considera que es de suma importancia que los padres de familia supervisen el manejo de las redes sociales, Tik Tok?</p>	<p>Claro que sí, yo creo que no tienen edades para poder manejar ese tipo de redes sociales y no solo Tik Tok sino hablamos de Facebook, Instagram, WhatsApp, para mí la edad adecuada en donde un adolescente podría manejar un aparato electrónico es entre los 17 a 18 años de edad. Les estamos dando un arma muy poderosa a personas que están en formación y que no tienen la madurez emocional para lidiar con las consecuencias de estar, es indispensable que los padres de familia supervisen qué es lo que consume sus hijos.</p>
<p>¿Usted como psicólogo a percibido cambios de comportamiento, rendimiento académico en los estudiantes de bachillerato por el uso de Tik Tok?</p>	<p>Por uso de redes sociales en general sí, pero en específico Tik Tok no, no podría establecerlo, pero lo que sí conozco es que no solo los adolescentes, sino también niños a partir de primero, segundo de básica, utilizan esa red social en donde la información no es para nada educativa, en donde tienen acceso a todo tipo de información, a todo tipo de contenido que no es apto para su edad.</p>
<p>Se ha implementado o se piensa realizar talleres, charlas acerca del consumo de esta red social, ¿qué herramientas utilizo o utilizaría en caso de ejecutarse?</p>	<p>Sí, se ha realizado charlas de prevención en cuanto al uso de aparatos electrónicos y sobre todo el tema de redes sociales, porque dentro de los colegios se observan mucho el cyberbullying, entonces eso hace que nosotros como una forma de prevención de violencia cibernética, ingresemos a las aulas para poder hablar sobre el uso responsable de los de las redes sociales. Se ha hecho en especial con los</p>

	chicos de octavo, noveno y décimo, que son los que ingresan, a la básica superior Bachillerato también se realiza, pero con mayor énfasis.
Si el manejo de la red social Tik Tok estuviese influenciando de manera incorrecta en los alumnos de bachillerato, que haría usted como psicólogo de esta institución para que sus alumnos no sigan influenciados de esta manera.	Que realicen actividades deportivas, que puedan involucrarse en temas como; futbol, básquet, que vuelvan esas reuniones que se hacían en casa y los chicos convivían con sus seres queridos, sobre todo era de manera presencial. Recordemos que somos la sociedad en donde nos sentimos lejos de los que están cerca.

<b>Entrevistado: Lic. Silvia Macias</b>	
<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
Como docente de la institución, usted hace uso a esta red social (Tik Tok), ¿si es así usted sigue a uno de sus estudiantes?	Si, tengo una cuenta personal pero no sigo a mis estudiantes.
¿Usted como docente cree que los tipos de contenido que visualizan los alumnos de bachillerato ha perjudicado en el rendimiento académica y conducta de los adolescentes?	Sí, porque muchas veces se vuelve adictivo pasar todo el día viendo esos videos.
En este caso, ¿Usted ha visto cambios de actitud y comportamiento en los estudiantes?	No te podría decir, porque como te digo, no lo sigo, no sé cuánto tiempo pasarán en Tik Tok, pero, de todas maneras, este tipo de redes sociales sí influyen en el comportamiento, en la toma de decisiones en todo lo que tiene que ver, no está en la personalidad de ellos.
¿Usted como docente de la Institución, implementaría en sus clases académicas visualizar contenidos educativos de Tik Tok?	Si, podría ser una estrategia para llamar la atención de los estudiantes.

<b>Entrevistado: Lic. Fernanda Paredes</b>	
<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
Como docente de la institución, usted hace uso a esta red social (Tik Tok), ¿si es así usted sigue a uno de sus estudiantes?	Si tengo una cuenta Tik Tok, pero no sigo a ninguno, ni padres ni alumnos.

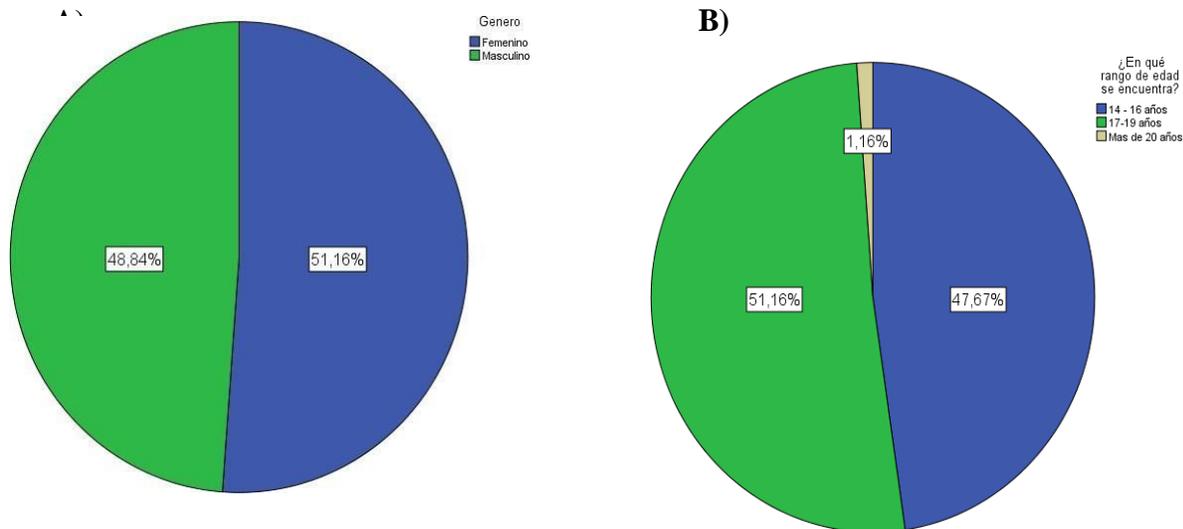
¿Usted como docente cree que los tipos de contenido que visualizan los alumnos de bachillerato ha perjudicado en el rendimiento académica y conducta de los adolescentes?	En los jóvenes de bachillerato si influye, en partes, porque algunos bajan de rendimiento académico por el uso excesivo de los aparatos tecnológicos, redes sociales.
En este caso, ¿Usted ha visto cambios de actitud y comportamiento en los estudiantes?	No, no he visto cambios ya sea de comportamiento y actitud.
¿Usted como docente de la Institución, implementaría en sus clases académicas visualizar contenidos educativos de Tik Tok?	Sí, si lo he hecho, por ejemplo, dinámicas, porque como docente sigo páginas de plataformas educativas, maestras de otros lados sobre; dinámicas o juegos didácticos que se hacen dentro del aula y sí lo realizado, y lo seguiré implementando.

<b>Entrevistado: Lic. Deysi Guerrero</b>	
<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
Como docente de la institución, usted hace uso a esta red social (Tik Tok), ¿si es así usted sigue a uno de sus estudiantes?	En realidad, el Tik Tok está de moda hoy en día, pero en mi caso lo utilizo para escuchar las novedades, noticias. No sigo a ningún estudiante, pero sí puedo ver la realidad de otros jóvenes mediante esta plataforma.
¿Usted como docente cree que los tipos de contenido que visualizan los alumnos de bachillerato ha perjudicado en el rendimiento académica y conducta de los adolescentes?	Yo creo que sí, en realidad el contenido no es tan bueno, hay ventaja y desventaja. Hay ciertos jóvenes que utilizan Tik tok como herramienta útil; producir nuevas ideas acerca de la educación, pero asimismo otros jóvenes la utilizan para cosas propias de ellos, de esa forma no aporta nada y se refleja en la conducta.
En este caso, ¿Usted ha visto cambios de actitud y comportamiento en los estudiantes?	yo he visto buenos comportamientos en los alumnos que saben en realidad utilizar la herramienta, pero también hay cambios negativos, algunos lo usan como diversión.
¿Usted como docente de la Institución, implementaría en sus clases académicas visualizar contenidos educativos de Tik Tok?	Sí, es una herramienta importante para aprender, al menos la materia en la que yo imparto (inglés) y sí me gustaría porque es una plataforma dinámica que crea un espacio divertido, siempre y cuando lo usen de forma correcta.

<b>Entrevistado: Lic. Teresita Sedamanos</b>	
<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>
Como docente de la institución, usted hace uso a esta red social (Tik Tok), ¿si es así usted sigue a uno de sus estudiantes?	Si, uso esta red social para uso personal, por lo tanto, no sigo a ningún estudiante.
¿Usted como docente cree que los tipos de contenido que visualizan los alumnos de bachillerato ha perjudicado en el rendimiento académica y conducta de los adolescentes?	Si, depende como el estudiante la use, ya que hay desventajas y ventajas, pero creo que si influye un poco en el rendimiento académico.
En este caso, ¿Usted ha visto cambios de actitud y comportamiento en los estudiantes?	No, podría ser académicos, pero uno como docente reporta esas situaciones al departamento DECE.
¿Usted como docente de la Institución, implementaría en sus clases académicas visualizar contenidos educativos de Tik Tok?	Si, de esta forma la clase seria dinámica y se saldría de la zona de confort.

## 4.2. Análisis de las encuestas

**Gráfico 1. A) Género, B) Rango edad**

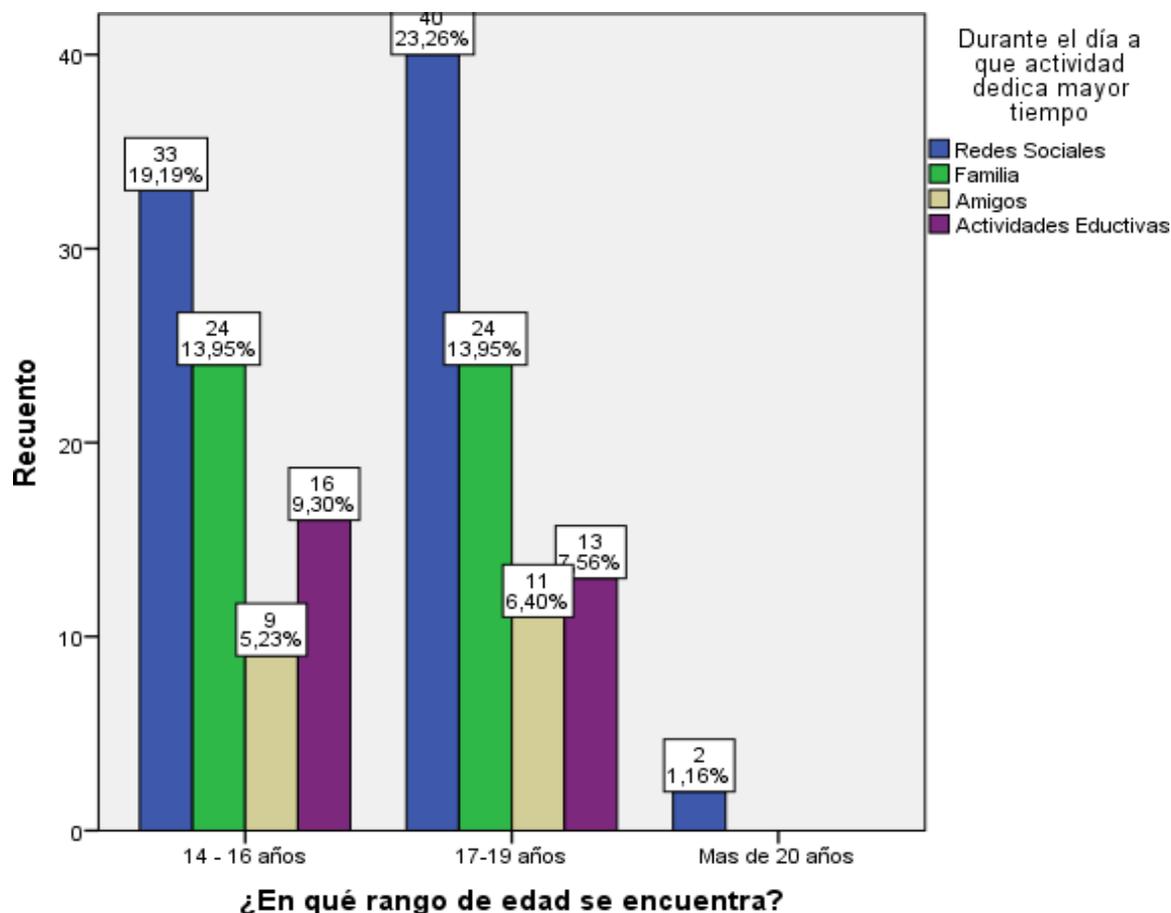


En el gráfico 1A, se visualiza que de los 172 encuestados, El 51,16% (88), son de género femenino, mientras que el 48,84% (84) son de género masculino. En cambio, en el gráfico 2B, se evidencia que el 51,16% (88) oscilan un rango de edad entre 17 y 19 años, el 47,67% (82) entre 14 y 16 años, y el 1,16% (2) tienen más de 20 años de edad.

**Tabla 2. Actividades que dedican mayor tiempo**

			Durante el día a que actividad dedica mayor tiempo				Total
			Redes Sociales	Familia	Amigos	Actividades Educativas	
¿En qué rango de edad se encuentra?	14 - 16 años	Recuento	33	24	9	16	82
		% del total	19,2%	14,0%	5,2%	9,3%	47,7%
	17-19 años	Recuento	40	24	11	13	88
		% del total	23,3%	14,0%	6,4%	7,6%	51,2%
	Mas de 20 años	Recuento	2	0	0	0	2
		% del total	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%
Total		Recuento	75	48	20	29	172
		% del total	43,6%	27,9%	11,6%	16,9%	100,0%

**Gráfico 2. Relación edad y actividades de mayor ocio**

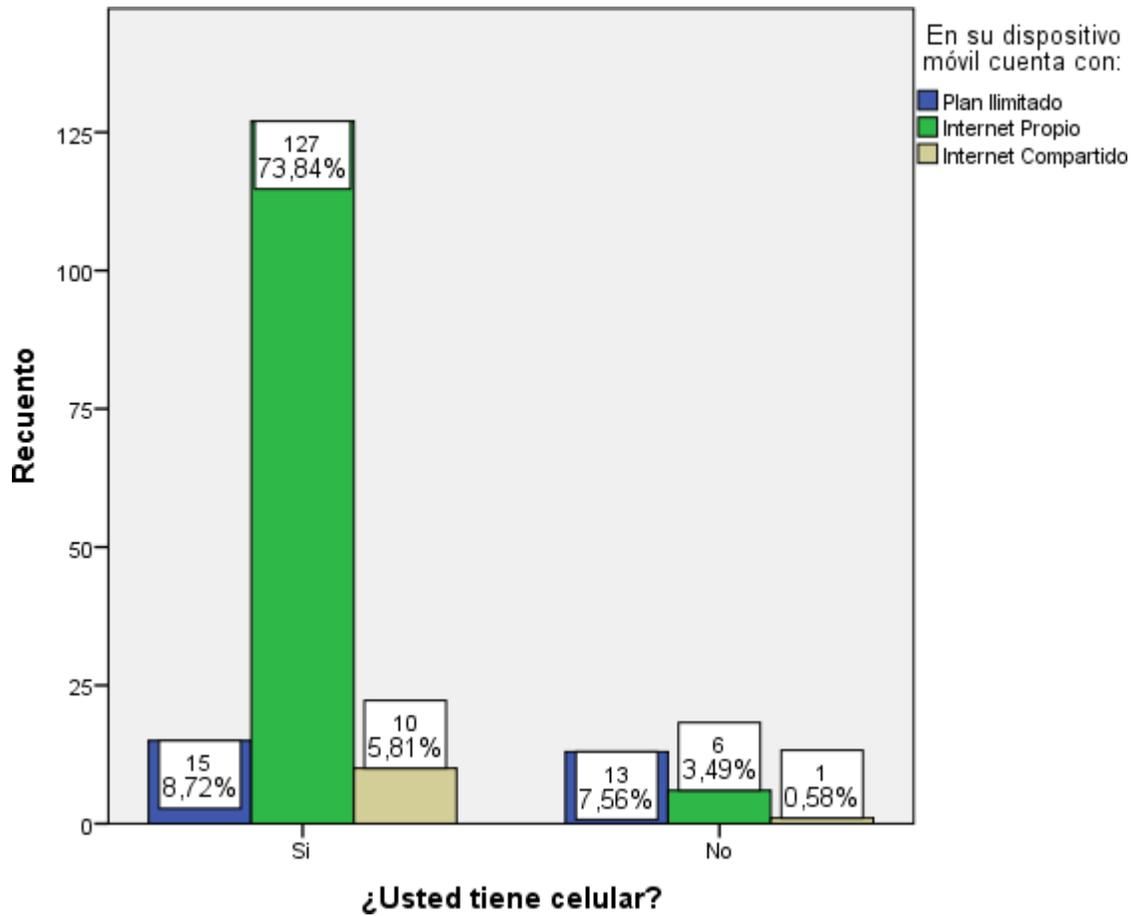


En la tabla 2 y Gráfico 2, los resultados revelaron que los jóvenes entre los rangos de edad de 17 – 19 que son el 51,20% (88 encuestados) y 14 – 16 años, que son el 47,70% (82 encuestados), durante el día se dedican más tiempo a las redes sociales, en menor medida a la familia y los amigos con porcentaje igual, esto deja en evidencia que el 43,60% de los jóvenes centran más su tiempo en las redes sociales, mientras que para el 27,90% dedican más tiempo a su familia, el 16,90% a sus actividades educativas, y el 11,60% a sus amigos.

**Tabla 3. Dispositivo móvil y tipo de plan**

		En su dispositivo móvil cuenta con:			Total	
		Plan Ilimitado	Internet Propio	Internet Compartido		
¿Usted tiene celular?	Si	Recuento	15	127	10	152
		% del total	8,72%	73,84%	5,81%	
	No	Recuento	13	6	1	20
		% del total	7,56%	3,49%	0,59%	11,6%
Total		Recuento	28	133	11	172
		% del total	16,3%	77,3%	6,4%	100,0%

**Gráfico 3. Relación ¿Usted tiene celular? \*Tipo de plan del dispositivo**



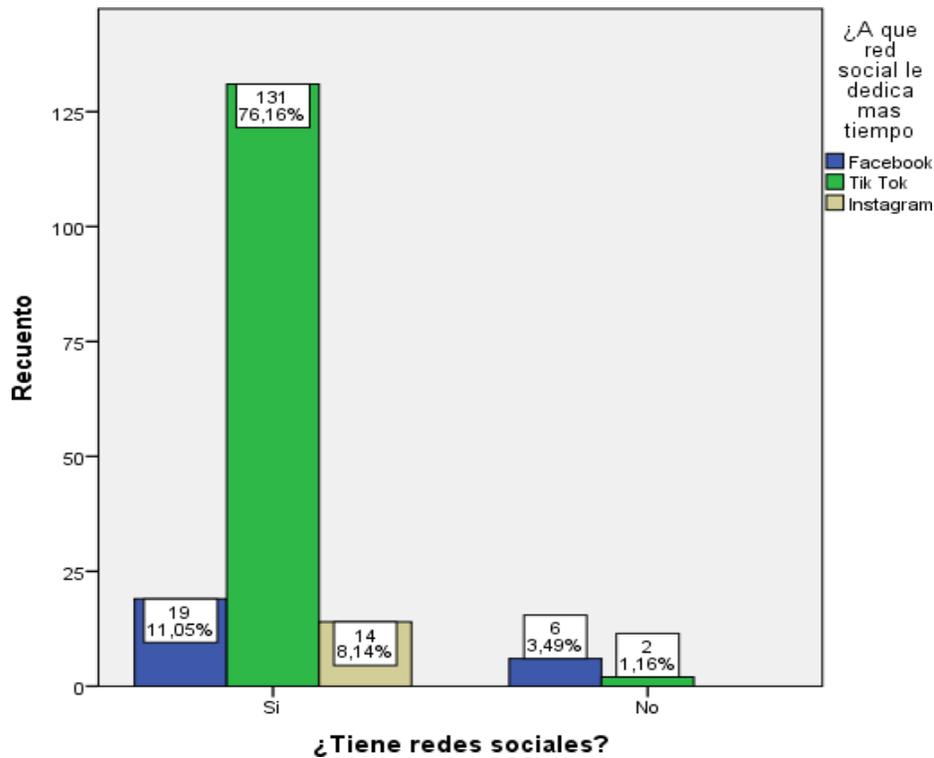
El gráfico 3 revela que el 88,3% que son 152 encuestados contestaron que, si tienen un celular para su uso, y la mayoría (127) que representa el 73,84% cuenta con internet propio, en cambio el 8,73% (15) tienen un plan ilimitado o internet compartido. En cambio, los que contestaron que no cuentan con un celular, pero si saben usar prestado por un familiar, conocido o amigos, el 7,56% que son 13, contestaron que el celular cuenta con un plan ilimitado de internet, el 3,49% cuenta con internet propio y el 0,58% usa internet compartido. Esto deja en evidencia, que la mayoría de adolescentes hoy en día cuenta con un teléfono móvil con acceso a internet para su uso diario.

**Tabla 4. ¿Tiene redes sociales? \*¿A qué red social le dedica más tiempo?**

			¿A qué red social le dedica más tiempo			Total
			Facebook	Tik Tok	Instagram	
¿Tiene redes sociales?	Si	Recuento	19	131	14	164
		% del total	11,0%	76,2%	8,1%	95,3%

	No	Recuento	6	2	0	8
		% del total	3,5%	1,2%	0,0%	4,7%
Total		Recuento	25	133	14	172
		% del total	14,5%	77,3%	8,1%	100,0%

**Gráfico 4. ¿A qué red social le dedica más tiempo?**



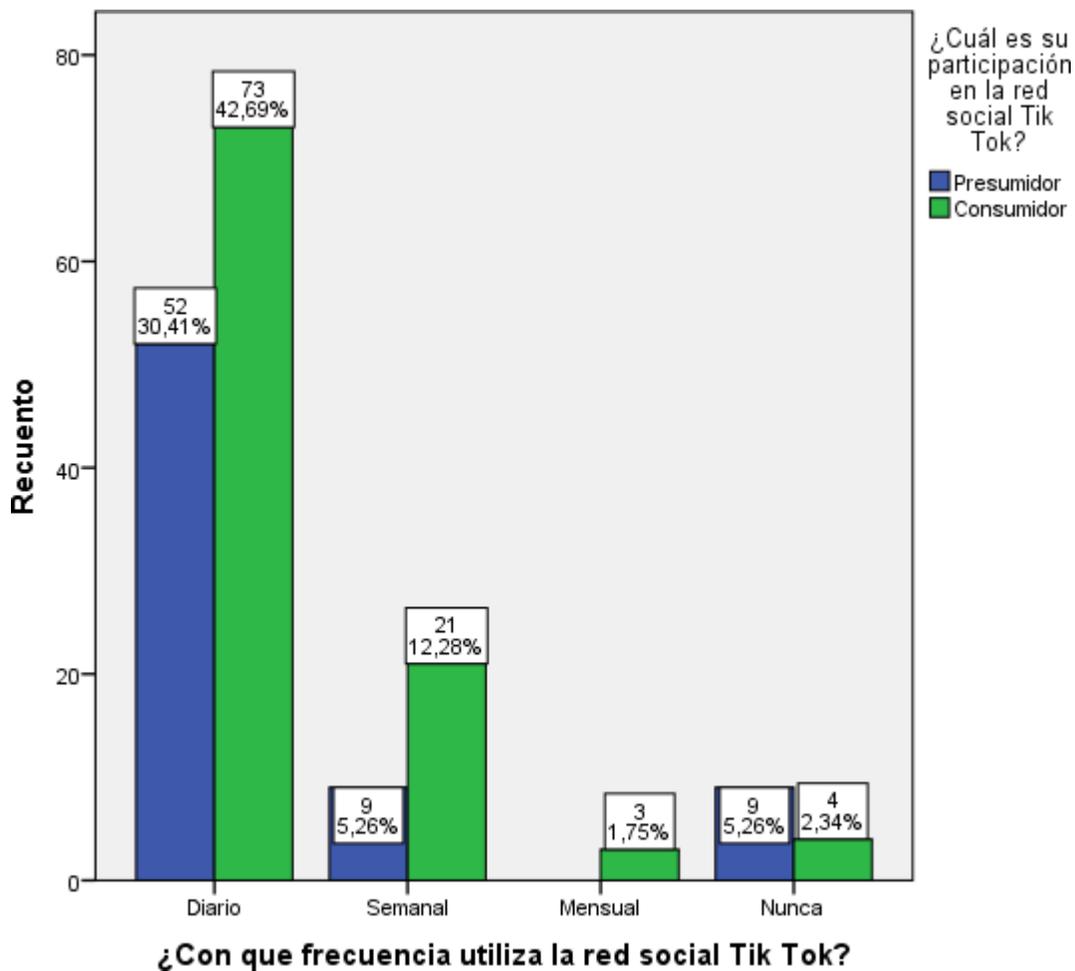
Por su parte en la tabla 4 y gráfico 4, se visualiza que el 95,30% (164) de los adolescentes si tienen redes sociales, y entre Facebook, Instagram y Tik Tock, la más utilizada es la red social Tik Tok, que la utilizan el 76,16% de los encuestados, mientras que las redes a las que dedican menor tiempo son Facebook 14,53% e Instagram con el 8,14%.

**Tabla 5. Relación frecuencia de utilización de la red social Tik Tok y su participación interactiva en la misma**

			¿Cuál es su participación en la red social Tik Tok?		Total
			Prosumidor	Consumidor	
¿Con que frecuencia utiliza la red social Tik Tok?	Diario	Recuento	52	73	125
		% del total	30,41%	42,69%	73,1%
	Semanal	Recuento	9	21	30
		% del total	5,26%	12,28%	17,5%

	<b>Mensual</b>	Recuento	0	3	3
		% del total	0,0%	1,75%	1,8%
	<b>Nunca</b>	Recuento	9	4	13
		% del total	5,26%	2,34%	7,6%
<b>Total</b>	Recuento	70	101	171	
	% del total	40,9%	59,1%	100,0%	

**Gráfico 5. Frecuencia de uso la red social Tik Tok**



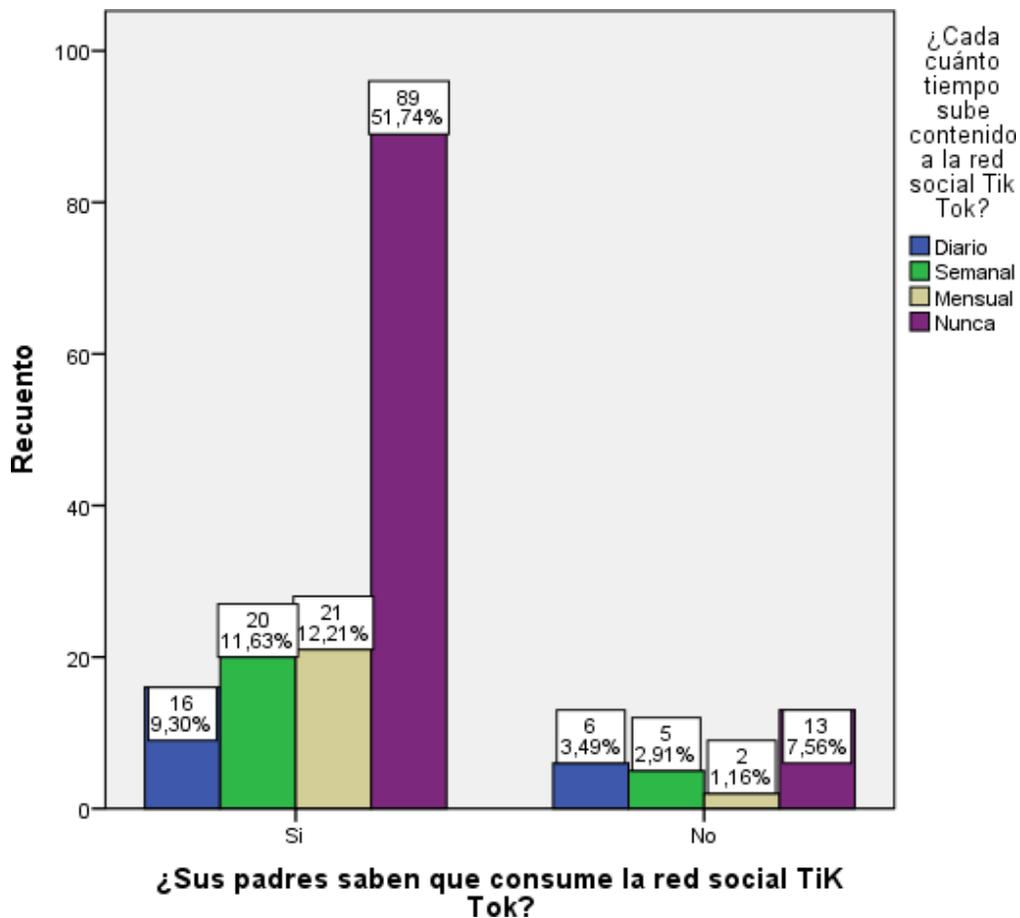
En la tabla 5 y gráfico 5, los resultados de la encuesta revelaron que el 73,10% (125) de los encuestados contestaron que usan diariamente la red social Tik Tock, y de ellos 73 que son el 42,69% indicaron que su participación en la red es de consumidor, mientras que 52 que equivalen al 30,41% su participación es de prosumidor. Por otro lado, el 17,5% usa esta red con una

frecuencia semanal, de los cuales el 12,28% que son 21, usan la red como consumidor de contenido, y el 5,26% que son 9, la usa como prosumidores.

**Tabla 6. Relación ¿Sus padres saben que consume la red social TiK Tok?; ¿Cada cuánto tiempo sube contenido a la red social Tik Tok?**

			¿Cada cuánto tiempo sube contenido a la red social Tik Tok?				Total	
			Diario	Semanal	Mensual	Nunca		
¿Sus padres saben que consume la red social TikTok?	Si	Recuento	16	20	21	89	146	
		% del total	9,3%	11,6%	12,2%	51,7%	84,9%	
	No	Recuento	6	5	2	13	26	
		% del total	3,5%	2,9%	1,2%	7,6%	15,1%	
Total			Recuento	22	25	23	102	172
			% del total	12,79%	14,53%	13,37%	59,3%	100,0%

**Gráfico 6. ¿Cada cuánto tiempo sube contenido a la red social Tik Tok?**



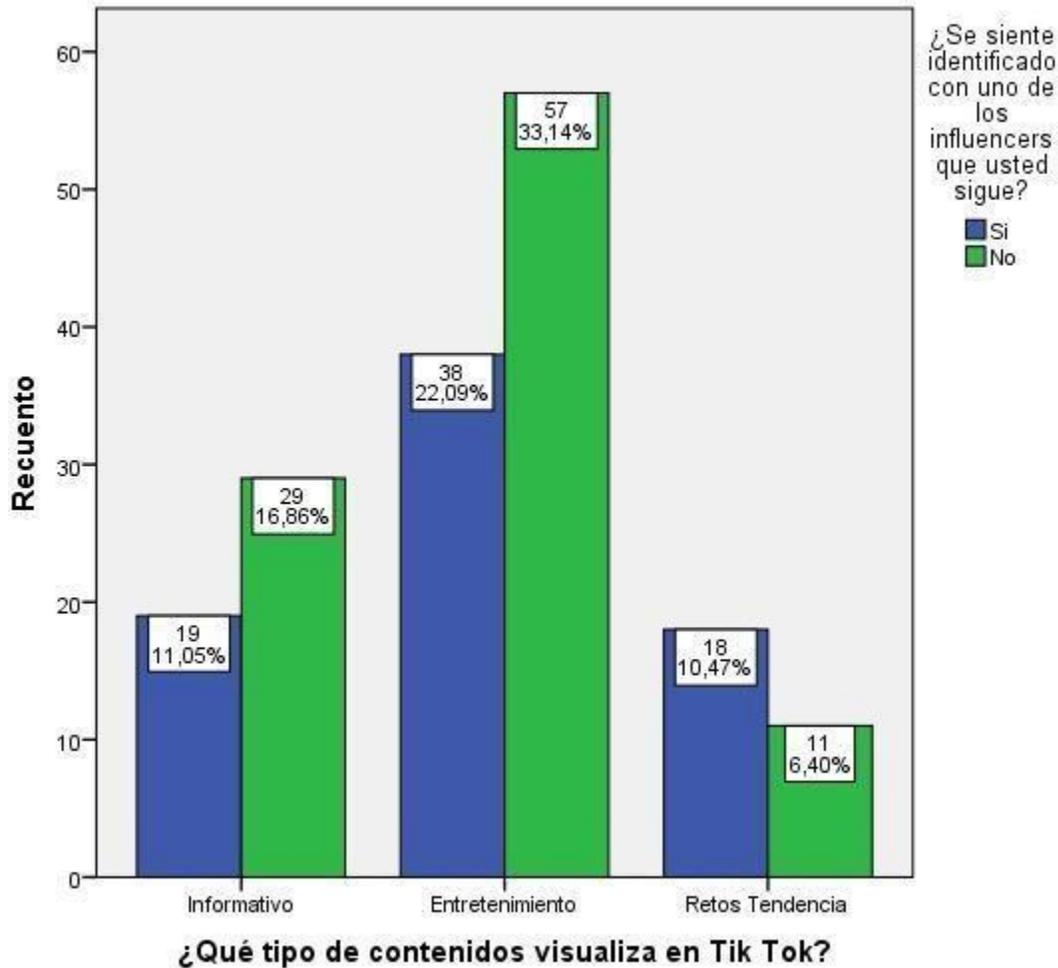
En la tabla 6, se obtuvieron resultados muy importantes, entre ellos que 146 (84,90%) adolescentes contestaron que sus padres si saben que usan la red social Tik Tok, y a pesar de que la frecuencia de uso es diaria conforme la tabla 5, su interacción respecto a la publicación de contenido en esta red, el 12,2% (21) de ellos contestó que es mensual, el 11,60% que son 20, interactúa de manera semanal, y 16 de ellos que son el 9,6% lo hace diariamente. El 24,62% que son 26, contestó que sus padres no saben que consumen la red social Tik Tok, y la mayoría de ellos (7,56%) nunca sube contenido a la red.

Sin embargo, en el gráfico 6, se denota un dato interesante, donde se observa que el 59,30% que son 102 adolescentes contestaron que nunca suben contenido a la red social Tik Tok, mientras que el 12,79% sube contenido a diario, el 14,53% de manera semanal y el 13,37% sube mensualmente

**Tabla 7. ¿Qué tipo de contenidos visualiza en Tik Tok?, ¿Se siente identificado con uno de los influencers que usted sigue?**

			¿Se siente identificado con uno de los influencers que usted sigue?		Total
			Si	No	
¿Qué tipo de contenidos visualiza en Tik Tok?	Informativo	Recuento	19	29	48
		% del total	11,0%	16,9%	27,9%
	Entretenimiento	Recuento	38	57	95
		% del total	22,1%	33,1%	55,2%
	Retos Tendencia	Recuento	18	11	29
		% del total	10,5%	6,4%	16,9%
<b>Total</b>		Recuento	75	97	172
		% del total	43,6%	56,4%	100,0%

**Gráfico 7. ¿Qué tipo de contenidos visualiza en tik Tok?**

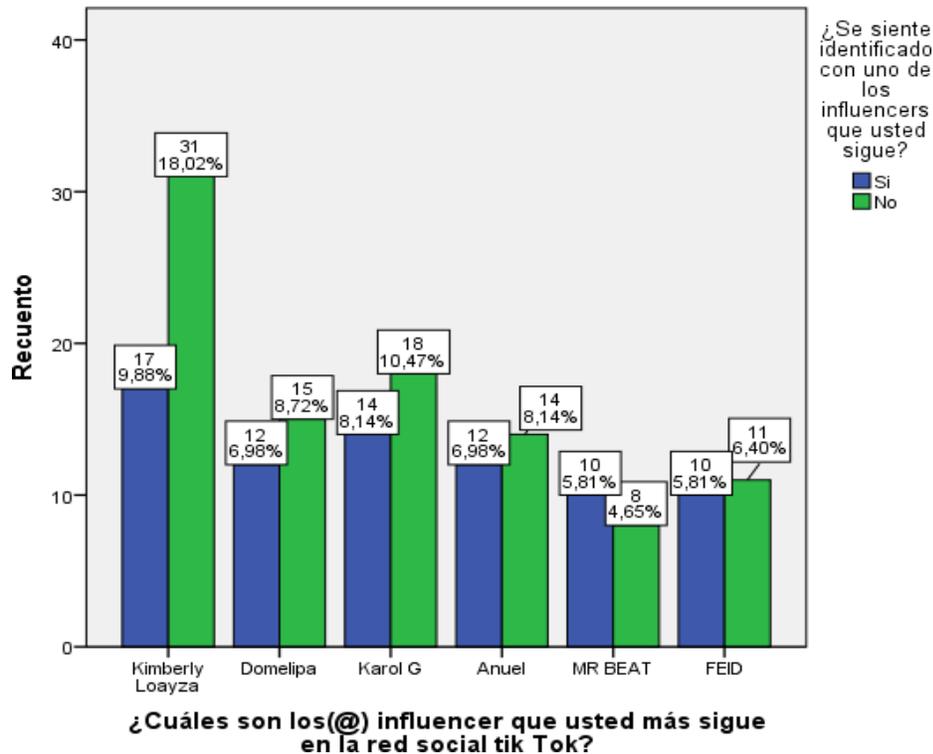


La tabla 7 y Gráfico 7 muestra que 95 encuestados que son el 55,23% visualizan contenido de entretenimiento en Tik Tok, sin embargo, de este porcentaje, 38 que son el 22,10% revelaron que, si se sienten identificados con los influencers que siguen, mientras que el 33,10% no. Así mismo, 48 encuestados que son el 27,91% respondieron que visualizan contenido informativo en tik tok, y el 19,9% de ellos que son 26 indicaron que no se identifican con los influencers de dicho contenido. En cambio, los retos de tendencia que son los contenidos de menor consumo para el 16,9% (29 encuestados), para 18 adolescentes de ellos que son el 10,50% contestó que si se sienten identificados con los influencers de dicho contenido.

**Tabla 8. ¿Cuáles son los (@) influencers que usted más sigue en la red social TikTok? \*¿Se siente identificado con uno de los influencers que usted sigue?**

			¿Se siente identificado con uno de los influencers que usted sigue?		Total
			Si	No	
¿Cuáles son los (@) influencers que usted más sigue en la red social TikTok?	Kimberly Loayza	Recuento	17	31	48
		% del total	9,88%	18,02%	27,9%
	Domelipa	Recuento	12	15	27
		% del total	6,98%	8,72%	15,7%
	Karol G	Recuento	14	18	32
		% del total	8,14%	10,47%	18,6%
	Anuel	Recuento	12	14	26
		% del total	6,98%	8,14%	15,1%
	MR BEAT	Recuento	10	8	18
		% del total	5,81%	4,65%	10,5%
	FEID	Recuento	10	11	21
		% del total	5,81%	6,4%	12,2%
Total		Recuento	75	97	172
		% del total	43,6%	56,4%	100,0%

**Gráfico 8. ¿Cuáles son los (@) influencers que usted más sigue en la red social tik Tok?**



En la tabla 8 y gráfico 8, se visualiza que el 27,90% de los encuestados que son 48, sigue a la influencer Kimberly Loayza en la red social Tik Tok, en cambio, para el 15,70% que son 27 sigue a Domelipa, por otro lado, el 18,60% sigue a Karol G, el 15,10% a Anuel, el 10,50% s a MR BEAT, y el 12,20% que son 21 sigue a FEID. La tabla 8 revela que la mayoría de los encuestados (97) que son el 56,72% no se siente identificado con los influenciadores que más siguen. En el gráfico 8 se observa un caso particular, como el de Kimberly Loayza, que a pesar de ser la más seguida, para el 18,02% de los que la siguen, no se sienten identificados con ella, pero si les agrada el contenido que publica, y el mismo caso sucede con Domelipa, Karol G, Anuel y FEID. Se evidencio que del 10,5% de adolescentes que siguen a MR BEAT, el 5,8% de ellos si se identifican con él.

### **4.3. Discusión**

El presente estudio, tuvo como objetivo general analizar el uso de la red social TikTok y su incidencia en la construcción de identidad digital en los adolescentes de la Unidad Educativa Ciudad de Machala, y del mismo se plantearon algunas interrogantes al respecto como;

¿De qué manera la red social TikTok impone en los adolescentes determinadas formas de ver la realidad?

¿Cuál es la razón por la que TikTok ha pasado a ser una aplicación influyente y ha promovido en los adolescentes una cultura virtual?

¿Cuáles son los motivos fundamentales que han llevado a los adolescentes a insistir en el uso de esta aplicación como una forma de coexistencia habitual frente a una sociedad virtual?

¿Los adolescentes se sienten identificados culturalmente con la red social TikTok?

En la investigación realizada por (Tualombo, 2022) titulada “Análisis comunicacional de la red social “TikTok” y su influencia en la construcción de identidad cultural en adolescentes de 13 a 16 años en Quito, Barrio “Santiago Alto”, en el año 2020” obtuvo resultados similares a los obtenidos en la investigación. En vista que también alude que la red social TikTok si influye en la identidad cultural de los adolescentes, ya que posee gran acogida por dicho público, especialmente por el género femenino. En donde el autor concluye que la mayoría de los adolescentes prefiere dedicar la mayor parte de su tiempo en revisar y postear todo tipo de contenidos que aparecen en

la página de inicio de esta red, las mismas que aparecen en función de las preferencias y tendencias virales que se visualizan en TikTok.

Según (Boyd, 2014), citado por (Gómez & Jiménez, 2022) en su investigación sobre la identidad en la era digital, menciona que las tecnologías digitales han cambiado la forma en que los adolescentes se relaciona con sus pares y con el mundo adulto. Y en especial los procesos como socializar con los demás, establecer límites personales y la autoexpresión, que son propios de la adolescencia, todos estos han sido afectados por las nuevas tecnologías. De esta manera, los resultados obtenidos coinciden con los obtenidos en las respuestas de los docentes y psicólogos entrevistados, en especial con la pregunta sobre ¿Usted como docente cree que los tipos de contenido que visualizan los alumnos de bachillerato ha perjudicado en el rendimiento académica y conducta de los adolescentes?, en donde todos coincidieron que no es para nada educativo la mayoría del contenido que visualizan los adolescentes ahí, ya que la plataforma ofrece acceso a todo tipo de información y contenido que no es apto para su edad, y esto indirectamente afecta su rendimiento académico, en su entorno psicológicos, emocional, etc.

En una investigación realizada por (Avilés & Peralta, 2020), el autor evidencio que la aplicación “TikTok” si influye en la identidad cultural de los adolescentes, ya que gran parte de su acogida comprende adolescentes. Un sin número de ellos prefiere dedicar gran parte de su tiempo en revisar los contenidos de entretenimiento posteados, claramente dependiendo de sus preferencias y tendencias del momento.

Un dato positivo, es el encontrado en la relación de las preguntas ¿Qué tipo de contenidos visualiza en TikTok?; ¿Se siente identificado con uno de los influencers que usted sigue?, donde la mayoría de adolescentes contesto que el tipo de contenido que más visualizan es el de entretenimiento, pero no se sienten identificados con los influencers de dicho contenido, pero si con los de tendencias. En ese sentido, esto depara un panorama preocupante, ya que el uso de esta red va en aumento, y por ende el impacto que tendrá sobre la identidad de los adolescentes también aumentará.

Según el estudio cuantitativo de Morán- Pallero y Felipe-Castaño (2021), realizado a 350 adolescentes españoles de entre 14 a 19 años citado por (Lardies & Potes, 2022), explica que el yo en las redes sociales no es consistente con el autoconcepto de los adolescentes. Por lo tanto, los

autores concluyen que las redes sociales pueden presentar un riesgo para el desarrollo de la identidad de los mismos.

Estos resultados se contrastan también con lo argumentado por los especialistas en la entrevista realizada, donde argumentan que no están de acuerdo que en la actualidad los adolescentes estén del todo relacionados a las redes sociales, ya que muchos dedican más tiempo del necesario a estos espacios, y según ellos un joven a edades tempranas no está todavía en la capacidad de tener la responsabilidad de manejar un contenido formal como el que se expone en las redes sociales, ya que su responsabilidad y forma de medir las consecuencias no está bien conformada.

### **4.3. Conclusiones**

Se evidencio que el principal contenido que visualizan los adolescentes en la red social Tik Tok es el de entretenimiento, y gran parte de los adolescentes que miran este contenido si se sienten identificados con los influencers que siguen, mientras que menos del 30% no. En cambio, los contenidos de menor consumo son los de tendencia, en la cual la mayoría se identifican con dicho contenido.

Referente a la participación que tienen los adolescentes en la red social Tik Tok, los resultados revelaron que la mayoría de ellos utiliza la red diariamente con un rol de consumidores, es decir solo para visualizar contenido que se publica, mientras para aproximadamente el 30% de ellos, utilizan la red como prosumidores. En cuanto a la publicación de contenido la mayoría lo realiza de forma mensual, y muy pocos diariamente.

Luego de realizar una revisión de la literatura exhaustiva, se denoto varios puntos de vista respecto a esta temática. Sin embargo, varios expertos y autores coinciden que las redes sociales pueden presentar varios riesgos y complicaciones para los adolescentes, en especial en su proceso de identidad, si su uso se lo hace de manera incorrecta.

Los expertos expresan también que perciben a las redes sociales, en este caso la red Tik Tok también como un lugar de oportunidad para la construcción de la identidad personal. No obstante, según varias investigaciones, se encontraron estudios que contrasten tanto las oportunidades como los riesgos de la influencia de esta red en la construcción de la identidad adolescente.

Se concluye que el uso de la red social TikTok si incide en la construcción de identidad digital en los adolescentes de la Unidad Educativa Ciudad de Machala, pero el impacto de esta dependerá de cómo el estudiante la use, ya que hay desventajas y ventajas que esa red social ofrece.

#### **4.4. Recomendaciones**

En estos tiempos la mayoría de adolescentes ve con normalidad el pasar la mayor parte del tiempo dentro de esta red social, dejando de lado sus responsabilidades y el hecho de llevar su vida con normalidad. Para evitar esto también la app cuenta con algunas configuraciones para que los usuarios puedan limitar el uso de Tik Tok para no caer en cualquier tipo de adicción.

El comportamiento social de los adolescentes encuestados que usan Tik Tok sí afecta directamente a los usuarios y en algunos casos la aleja de su círculo social de amigos o conocidos en el mundo real, haciendo que lo tomen como distracción. Generando problemas personales en los adolescentes, por lo que se recomienda realizar diversas actividades donde compartan físicamente y socialmente con personas de su misma edad e intercambiar diferentes tipos de experiencias

El uso de la aplicación sí afecta en algunos casos a los adolescentes en lo académico, en este caso los padres también deben de conversar con los adolescentes que han sido afectados y controlar el contenido que miran, aconsejando mirar el contenido educativo que está dentro de la APP. Ya que este tipo de contenido puede ayudar a mejorar su rendimiento académico, además de aprender de forma dinámica.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acevedo, J., Sosa, M., Porras, I., & González, A. (2022). Recursos Digitales en Educación Superior: TikTok como herramienta didáctica. *Revista REIDOCREA*, 11(54), 623-636. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8688272>
- Acosta, M. (2022). La pandemia como oportunidad. El Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires en TikTok. *Astrolabio. Nueva Época*, 29(2022), 181-206. doi:<http://dx.doi.org/doi10.55441/1668.7515.n29.31898>
- Aliano, R., & Parraguez, L. (s.f.). La responsabilidad social empresarial y su influencia en la gestión ambiental de la empresa FERREYROS Lima 2021 según el área de soporte técnico [Tesis]. *Repositorio digital*. Universidad Privada del Norte. Obtenido de <https://n9.cl/k7go24>
- Álvarez, A. (2020). Clasificación de las Investigaciones. Lima. Obtenido de <https://n9.cl/2wesx>
- Arévalo, L., Henríquez, M., & Erazo, C. (2022). Redes sociales e identidad cultural: Análisis de su incidencia en adolescentes de Ecuador. *Revista explorador digital*, 6(3), 149-165. doi:<https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v6i3.2229>
- Avilés, K., & Peralta, E. (2020). Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/52955/1/An%C3%A1lisis%20comunicacional%20de%20la%20Red%20Social%20E2%80%9CTIK%20TOK%20E2%80%9D%20y%20su%20influencia%20en%20la%20construcci%C3%B3n%20de%20Identidad%20cultural%20en%20adolescentes%20de%2013%20a%2017%20>
- Bárceñas, K., & Preza, N. (2019). Desafíos de la etnografía digital en el trabajo de campo online. *Revista Virtualis*, 10(18), 134-151. Obtenido de <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/287/294>
- Becerra, N., & Taype, A. (2020). TikTok: ¿una nueva herramienta educativa para combatir la COVID-19? *Acta Médica Peruana*, 37(2), 249-251. doi:<http://dx.doi.org/10.35663/amp.2020.372.998>

- Botas, D., García, J., Garrido, P., & Mas, A. (2022). La imagen en redes sociales: Estudio de idoneidad para los Departamentos de Recursos Humanos. *Video Journal of Social and Human Research*, 1(1), 1-11. doi:<http://doi.org/10.18817/vjshr.v1i1.10>.
- Caraballo, D. j. (11 de Agosto de 2022). *Nido colectivo*. Obtenido de <https://nidocolectivo.com/blog/que-tipo-de-contenido-es-mas-visto-en-tik-tok>
- Castillejos, B. (2021). Ambivalencia en TikTok: aprendizaje permanente y riesgos de seguridad coexistiendo. *Revista de investigación educativa de la Rediech*, 12(2021), 1-14. doi:[https://doi.org/10.33010/ie\\_rie\\_rediech.v12i0.1294](https://doi.org/10.33010/ie_rie_rediech.v12i0.1294)
- Castro, A., & Díaz, P. (2021). La comunicación política de la derecha radical en redes sociales. De Instagram a TikTok y Gab, la estrategia digital de Vox. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 7(1), 67-89. doi:10.7203/rd.v1i7.210
- Cristófol, C., & Carrasco, M. (2023). Tiktok como herramienta de comunicación de moda. El caso Zara. *Revista Internacional de Cultura Visual*, 10(3), 1-16. doi:<https://doi.org/10.37467/revvisual.v10.4605>
- Darvin, R. (2022). Design, resistance and the performance of identity on TikTok. *Discourse, Context & Media*, 46(1), 1-20. doi:<https://doi.org/10.1016/j.dcm.2022.100591>
- Galeano, S. (09 de Noviembre de 2020). *Marketing4ecommerce*. Obtenido de <https://marketing4ecommerce.net/videos-educativos-en-tiktok-la-nueva-linea-de-contenidos-de-la-red-social-que-mas-crece/>
- Gómez, V., & Jiménez, A. (2022). Identidad en la era digital: construcción de perfiles en redes sociales en adolescentes chilenos/as. *Revista Convergencia*, 29(2022), 1-25. doi:<https://doi.org/10.29101/crcs.v29i0.17430>
- Hernández, M., Pérez, A., & Roco, Á. (2021). Identidad digital y conectividad: conocimiento y actitudes en estudiantes universitarios chilenos. *Revista Formación universitaria*, 14(1), 147-156. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062021000100147>
- Joiner, R., Mizen, E., Pinnell, Bethany, Siddique, L., & Bradley, A. (2023). The effect of different types of TikTok dance challenge videos on young women's body satisfaction. *Computers in Human Behavior*, 147(1), 1-15. doi:<https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107856>

- Lacasa, P., Carbonell, N., Durán, S., & Contreras, P. (2022). Héroes, Ídolos y Adolescentes Influencers, industrias Culturales y modelos de identidad en TikTok. *Revista Internacional de Tecnología Ciencia y Sociedad*, 11(2), 1-16. doi:<https://doi.org/10.37467/revtechno.v11.4391>
- Lamas, F., Krynski, L., Rowensztein, H., & Maglio, I. (2022). El rol del pediatra en las redes sociales: identidad digital. Recomendaciones de buena práctica. *Archivos Argentinos de pediatría*, 120(3), 195-199. Obtenido de [https://www.sap.org.ar/uploads/archivos/general/files\\_ae\\_lamas\\_12-4pdf\\_1649261693.pdf](https://www.sap.org.ar/uploads/archivos/general/files_ae_lamas_12-4pdf_1649261693.pdf)
- Lardies, F., & Potes, M. (2022). REDES SOCIALES E IDENTIDAD: ¿DESAFÍO ADOLESCENTE? *Avances en Psicología*. doi:10.33539/avpsicol.2022.v30n1.2528
- López, M., & Sánchez, C. (2019). La interacción y convivencia digital de los estudiantes en las redes sociales. *Revista Nacional e Internacional de Educación Inclusiva*, 12(2), 114-130. Obtenido de <https://redined.educacion.gob.es/xmlui/bitstream/handle/11162/222832/Berlanga.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lucero, E., Luna, E., & Lucero, S. (2021). El uso de la plataforma de videos Tik Tok como recurso pedagógico de enseñanza multidisciplinaria. *VIII Jornadas Iberoamericanas de Innovación Educativa en el Ámbito de las TIC y las TAC* (págs. 99-104). Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Obtenido de [https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/113201/1/Uso\\_plataforma\\_videos.pdf](https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/113201/1/Uso_plataforma_videos.pdf)
- Magaña, K., Berzunza, F., Sánchez, M., & Moguel, D. (2023). Tik Tok como agente socializador de contenido e innovación creativa. *Revista IC investigación*, 1(18), 244-263. Obtenido de <https://revistaic.instcamp.edu.mx/uploads/Ano2020No18/Ano2020No18-244-263.pdf>
- Maqueda, E., Felipe, A., & Caldevilla, D. (2019). Tiktok como herramienta innovadora en el aula. aplicaciones en el área de DLL. *I Congreso Internacional de innovación Docente e investigación en educación superior* (págs. 1-9). Madrid: Universidad de Málaga. Obtenido de

[https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/18959/Maqueda\\_Felipe\\_Caldevilla\\_presentaci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/18959/Maqueda_Felipe_Caldevilla_presentaci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Marino, F. (2023). #Twospirit: Identity construction through stance-taking on TikTok. *Discourse, Context & Media*, 54(1), 1-11. doi:<https://doi.org/10.1016/j.dcm.2023.100711>
- Martínez, L. (2023). Mensajes misóginos en los perfiles de TikTok de la prensa española: estudio y percepción por parte de los adolescentes. *Revista Internacional de comunicación Ámbitos*, 1(59), 110-127. doi:10.12795/Ambitos.2023.i59.08
- Micaletto, J., Martín, P., & Merino, A. (2022). Contenidos digitales en la era de TikTok: percepción de los usuarios del botón covid-19 en España. *Revista de Comunicación y Salud*, 12(1), 1-23. doi:<http://doi.org/10.35669/rcys.2022.12.e290>
- Montag, C., Wegmann, E., Sariyska, R., Demetrovics, Z., & Brand, M. (2020). How to overcome taxonomical problems in the study of Internet use disorders and what to do with “smartphone addiction”? *Journal of Behavioral Addictions*, 9(4), 908-914. doi:10.1556/2006.8.2019.59
- Nizama, M., & Nizama, L. (2020). El enfoque cualitativo en la investigación jurídica, proyecto de investigación cualitativa y seminario de tesis. *Revista Vox Juris*, 38(2), 69-90. doi:<https://doi.org/10.24265/voxjuris.2020.v38n2.05>
- Pedrouzo, S., & Krynski, L. (2022). Hyperconnected: children and adolescents on social media. The TikTok phenomenon. *Archivos Argentinos de pediatría*, 1(1), 1-6. doi:<http://dx.doi.org/10.5546/aap.2022-02674.eng>
- Ramallal, M., & Belda, M. (2021). Tiktok, red simbiótica de la generación z para la realidad aumentada y el advergaming inmersivo. *Revista de Comunicación*, 20(2), 223-242. doi:<https://doi.org/10.26441/RC20.2-2021-A12>
- Reyes, C. (30 de marzo de 2021). *Academia Cerebro*. Obtenido de <https://academiacerebro.com/que-tipo-de-contenidos-puede-realizar-una-marca-tik-tok/>
- Rubo, J., Lamo, M., & Bernete, F. (2022). En Insta se busca más una reacción”. Caracterización, contenidos y uso de las redes para la comunicación interpersonal entre adolescentes. *Revista Mediaciones Sociales*, 21(1), 1-14. doi:<https://dx.doi.org/10.5209/meso.85418>

- Sánchez, M., Fernández, M., & Díaz, J. (2021). Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo. *Revista Científica UISRAEL*, 8(1), 113-128. doi:<https://doi.org/10.35290/rcui.v8n1.2021.400>
- SensorTower. (2022). *SensorTower*. Obtenido de <https://go.sensortower.com/rs/351-RWH-315/images/Sensor-Tower-Q2-2022-Data-Digest.pdf>
- Statista. (31 de Mayo de 2023). *Statista*. Obtenido de <https://n9.cl/i89oqg>
- Torres, Á., De Santis, A., & Vintimilla, D. (2021). *TikTok Más allá de la hipermedialidad*. Universidad Politécnica Salesiana. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/21375/1/TIKTOK.pdf>
- Tualombo, L. (2022). Recuperado el 08 de 09 de 2023, de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/28251/1/UCE-FACSO-CCS-TUALOMBO%20LEIVIS.pdf>
- Unay, I., Lawson, K., & Brennan, M. (2023). An examination of digital empathy: When farmers speak for the climate through TikTok. *Journal of Rural Studies*, 1(102), 1-13. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2023.103075>
- Villena, E., Fernández, M., & Cristófol, C. (2020). La comunicación de las empresas de moda en TikTok: ASOS como caso de estudio. *Revista de Marketing Aplicado*, 24(2), 95-109. doi:<https://doi.org/10.17979/redma.2020.24.2.7071>
- Wu, L. (2020). Comparative Analysis of Video Stories and User Behaviors on WeChat and Tik Tok. *Proceedings of the 2020 3rd International Conference on Humanities Education and Social Sciences (ICHESS 2020)*. 496, págs. 329-333. Atlantis Press. doi:<https://doi.org/10.2991/assehr.k.201214.518>
- Zabala, R., & Banda, M. (2022). Tik Tok como herramienta educomunicacional en los estudiantes de bachillerato del cantón Latacunga. *Revista Polo del Conocimiento*, 7(2), 134-159. doi:[10.23857/pc.v7i1.3577](https://doi.org/10.23857/pc.v7i1.3577)
- Zhu, C., Xu, X., Zhang, W., Chen, J., & Evans, R. (2019). How Health Communication via Tik Tok Makes a Difference: A Content Analysis of Tik Tok Accounts Run by Chinese

Provincial Health Committees. *International Journal Environmental Research and Public Health*, 17(1), 1-13. doi:<https://doi.org/10.3390/ijerph17010192>

Zuo, H., & Wang, T. (2019). Analysis of Tik Tok User Behavior from the Perspective of Popular Culture. *Frontiers in Art Research*, 1(3), 1-5. doi:10.25236/FAR.20190301

# ANEXOS

## ENTREVISTA DOCENTES



## ENTREVISTAS A PSICÓLOGOS



**ENCUESTA ESTUDIANTES**



