



Facultad De Ciencias Sociales, Derecho Y Bienestar

Carrera Comunicación

MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Previo a la obtención del título de grado de:
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

TEMA:

**NARRATIVAS MOTIVACIONALES Y FIDELIZACIÓN DE
AUDIENCIAS JUVENILES EN TIKTOK: UN ESTUDIO DE CASO
FARID DIECK**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comunicación basada en datos y tecnologías emergentes

AUTORA:

Cevallos Vera Nahomi Michelle

TUTORA:

Lcda. Karla Mendieta, Mg.

2025-2



TEMA:

**NARRATIVAS MOTIVACIONALES Y FIDELIZACIÓN DE
AUDIENCIAS JUVENILES EN TIKTOK: UN ESTUDIO DE CASO
FARID DIECK**

MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Previo a la obtención del título de grado de:
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

TEMA:

**NARRATIVAS MOTIVACIONALES Y FIDELIZACIÓN DE
AUDIENCIAS JUVENILES EN TIKTOK: UN ESTUDIO DE CASO
FARID DIECK**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comunicación basada en datos y tecnologías emergentes

AUTORA:

Cevallos Vera Nahomi Michelle

TUTORA:

Leda Kaha Mendieta Mg.

2023-2

DECLARACIÓN DE AUDITORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Nahomi Michelle Cevallos Vera, portador de la cédula de ciudadanía No. 1351206832, declaro que el presente trabajo de investigación, y criterios emitidos, respetan rigurosamente en todo momento las normas éticas, previstas en la Ley de Propiedad Intelectual, asumo responsabilidad en lo referente a criterios, doctrinas, que contenga el trabajo de investigación, titulado: "Narrativas motivacionales y fidelización de audiencias juveniles en TikTok: un estudio de caso Farid Dieck", son de mi autoría, y autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para que haga de la investigación o parte de ella, documento disponible para, consultas de investigación, según las normas de la Institución, cediendo y aprobando la reproducción de los derechos patrimoniales del trabajo, con fines de difusión pública, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción, no suponga ganancia económica, y realice los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento, en concordancia, con el Art. 144 de la Ley de Educación Superior.

Para constancia firmo a continuación.


Nahomi Michelle Cevallos Vera

C.I. 1351206832

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1 Página 4 de 102

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutora de la Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado el trabajo de investigación, bajo la autoría de la estudiante CEVALLOS VERA NAHOMI MICHELLE, legalmente matriculada en la carrera de Comunicación, período académico 2025-2, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de **Proyecto de investigación** cuyo tema o núcleo problemático es **"NARRATIVAS MOTIVACIONALES Y FIDELIZACIÓN DE AUDIENCIAS JUVENILES EN TIKTOK: UN ESTUDIO DE CASO FARID DIECK"**.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 16 de enero de 2026

Lo certifico,


 Lic. Karla Mendieta Torres, Mg.
Docente Tutora
Área: Comunicación

AGRADECIMIENTO

Mirando hacia atrás, me doy cuenta que este camino no lo recorrí sola. A lo largo de este proceso conté con el apoyo de personas que fueron fundamentales en mi vida académica y personal, cuyo acompañamiento hizo posible la culminación de esta etapa, a quienes deseo expresar mi más sincero agradecimiento:

A mi familia, porque sin ellos nada de esto hubiera sido posible. Gracias por su apoyo incondicional, por darme la oportunidad de formarme como profesional y por inculcarme siempre a no rendirme y de perseguir mis sueños.

A mis AMIGOS, que aunque no los mencione uno a uno, sé que al leer estas palabras sabrán que son ustedes quienes se han ganado un espacio en mi corazón y que han mantenido su lealtad a mí. Con ustedes he compartido las etapas más importantes de mi vida; he llorado, reído y sobre todo aprendido. En los momentos que más necesita esperanza para seguir adelante fueron ustedes que me alentaron a cada día a ser mejor y quienes me inspiraron en los momentos difíciles, cuando el desánimo ha intentado vencerme.

Mi gratitud eterna para quien, desde la sombra, ha aplaudido cada logro y brindado apoyo incondicional, siendo el motor que impulsó cada una de estas páginas.

A Dios, por darme la oportunidad de llegar a este momento, por la salud y la fortaleza que me ha concedido a lo largo de este camino.

Finalmente, a mi carrera que sin duda se ha convertido en mi segundo hogar durante estos años de estudio, y a mis profesores que estuvieron motivándome y sacando lo mejor de mí.

Sin ustedes, nada hubiera sido posible porque fueron ustedes quienes siempre creyeron en mí antes de que yo lo hiciera.

CONTENIDO DEDICATORIA

A mi abuela, Carmen Montalván Vera, quien ha sido mi madre y a quien llamo cariñosamente “Mami Carmen”, y a mi mami, Deysi Vera Montalván, quienes son el pilar y la piedra angular de mi vida. Este logro no es solo mío, sino también de ustedes, que a lo largo de mi vida me han brindado su apoyo y amor incondicional. Y a mí misma, por no rendirme, por la perseverancia y la fortaleza demostradas a lo largo de este proceso, incluso en los momentos con mayor dificultad.

Como expresa la canción *Amor sincero* de Mike Bahía, palabras que reflejan lo que siento por ustedes:

“Te he necesitado todo el tiempo y siempre estuviste para mí...”.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen.....	11
Abstract.....	12
Introducción.....	13
Capítulo I – Fundamentos de la investigación.....	15
Objetivos	18
Objetivo general	18
Objetivos específicos.....	18
Justificación.....	18
Delimitaciones del estudio	20
Capítulo II - Marco teórico	21
Estado del Arte.....	21
Marco teórico	24
Comunicación digital	24
Conceptos	24
Audiencias en la era digital	26
Transformación de audiencias en el entorno 2.0 y 3.0	27
Narrativas audiovisuales en plataformas digitales	28
El uso de storytelling en plataformas digitales.....	28
Narrativas motivacionales como recurso audiovisual	29
Estrategias Comunicacionales de las narrativas audiovisuales en TikTok	31
Elementos de la narrativa	31
Lenguaje corporal y verbal.....	32
Elementos audiovisuales.....	35
Estética general.....	36
Fidelización de Audiencias Juveniles en TikTok.....	38
Consumo cotidiano y uso de TikTok por jóvenes	38
Fidelización como vínculo emocional e identificación	39
Dimensiones y estrategias de la fidelización juvenil.....	39
Caso de Estudio: Farid Dieck	40
Capítulo III – Diseño Metodológico	41
Enfoque de la investigación	41
Tipo de estudio	41
Diseño de estudio	41
Grupo de estudio / Población y muestra.....	42

Operacionalización de variables.....	43
Técnicas de recolección	44
Análisis de datos.....	44
Limitaciones	45
Capítulo IV – Resultados	46
Objetivo específico 1: Identificar las características principales de las narrativas motivacionales utilizadas.	47
Objetivo específico 2: Reconocer los recursos audiovisuales, el lenguaje corporal/verbal y la estética general, empleados en los contenidos.....	48
Objetivo específico 3: Evaluar la percepción de las audiencias juveniles para determinar los factores que influyen en su fidelización a través del consumo de contenido.	50
Pregunta 7: ¿El contenido de Farid Dieck te genera motivación personal?	51
Conclusiones	58
Recomendaciones.....	60
Recomendaciones para Creadores de Contenido y Comunicadores	60
2. Recomendaciones Académicas (Líneas de Futura Investigación)	60
3. Recomendaciones Metodológicas	60
4. Recomendación de Aplicación Práctica	61
Referencias.....	62
Anexos	62
Anexo 1 – Tablas	62
Anexos 2 – Encuestas	88
Anexos 3 – Figuras	91

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	43
Tabla 2.....	62
Tabla 3.....	62
Tabla 4.....	63
Tabla 5.....	63
Tabla 6.....	64
Tabla 7.....	67
Tabla 8.....	69
Tabla 9.....	71
Tabla 10.....	74
Tabla 11.....	77
Tabla 12.....	79
Tabla 13.....	82
Tabla 14.....	85

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	51
Figura 2	51
Figura 3	52
Figura 4	53
Figura 5	54
Figura 6	55
Figura 7	56
Figura 8	57
Figura 9	91
Figura 10	91
Figura 11	92
Figura 12	92
Figura 13	93
Figura 14	93

Resumen

La presente investigación aborda el estudio de las narrativas motivacionales y la fidelización de audiencias juveniles en la plataforma TikTok. Su objetivo es comprender la relación entre la implementación de este tipo de narrativas y su influencia en la fidelización de audiencias, a través del caso de estudio del creador de contenido Farid Dieck. El análisis se desarrolla bajo un enfoque de metodología mixta, con un diseño de estudio descriptivo-exploratorio. Para ello, se realizó un análisis de contenido a una selección de videos publicados en la plataforma objeto de estudio. Asimismo, se aplicaron encuestas a un grupo específico de estudio conformado por jóvenes entre 18 y 24 años de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Los resultados evidencian que el uso de narrativas motivacionales, un lenguaje cercano y la creación de una estética que genera proximidad influyen en la decisión de consumo del contenido por parte del público joven. Finalmente, se concluyó que la implementación de recursos narrativos sobrios y sencillos permite generar un mayor impacto y captación de audiencias, favoreciendo su fidelización en las plataformas digitales.

Palabras clave: narrativas motivacionales, fidelización de audiencias juveniles, comunicación digital, TikTok, Farid Dieck

Abstract

This research addresses the study of motivational narratives and audience loyalty among young people on the TikTok platform. Its objective is to understand the relationship between the implementation of this type of narrative and its influence on audience loyalty, through the case study of content creator Farid Dieck. The analysis is developed using a mixed methodology approach, with a descriptive-exploratory study design. To this end, a content analysis was carried out on a selection of videos published on the platform under study. Surveys were also administered to a specific study group made up of young people between the ages of 18 and 24 from the Laica Eloy Alfaro University in Manabí. The results show that the use of motivational narratives, accessible language, and the creation of an aesthetic that generates proximity influence young audiences' decision to consume content. Finally, it was concluded that the implementation of sober and simple narrative resources allows for greater impact and audience engagement, promoting loyalty on digital platforms.

Keywords: motivational narratives, youth audience loyalty, digital communication, TikTok, Farid Dieck

Introducción

Actualmente, las plataformas digitales se han convertido en espacios de alto consumo y participación juvenil. En particular, TikTok se caracteriza por su inmediatez, dinamismo y variedad de componentes audiovisuales. En este contexto, los jóvenes utilizan la plataforma no solo como espacio de entretenimiento, sino como un entorno de identificación e interacción. A través de estas dinámicas, se generan vínculos con los creadores de contenido, lo que convierte la fidelización en un proceso comunicativo clave para comprender el comportamiento de las audiencias juveniles en TikTok.

Un caso de estudio particular es Farid Dieck. A pesar de estar inmerso en un entorno digital con varios creadores de contenidos, ha logrado diferenciarse al captar y retener la atención de las audiencias juveniles. Esto se debe al uso de estrategias comunicacionales con un enfoque motivacional, que permiten la identificación de los jóvenes con su contenido. En consecuencia, resulta relevante estudiar cómo la implementación efectiva de narrativas motivacionales en TikTok influye en la fidelización de audiencias jóvenes.

El objetivo general de esta investigación es analizar las narrativas motivacionales del contenido de Farid Dieck y su influencia como estrategia para fidelizar audiencias juveniles en TikTok. Para lograr este propósito, se han determinado los siguientes objetivos específicos: identificar las características principales de las narrativas motivacionales utilizadas, reconocer los recursos audiovisuales, el lenguaje corporal/verbal y la estética general, empleados en los contenidos y evaluar la percepción de las audiencias juveniles para determinar los factores que influyen en su fidelización a través del consumo de contenido.

El aporte de esta investigación es brindar conocimientos a los creadores de contenidos y comunicadores al implementar estos recursos en la elaboración de las narrativas motivacionales, permitiendo mejorar la presencia en TikTok y teniendo un mayor alcance en las audiencias juveniles al mantener su atención y crear conexión. Igualmente, estos hallazgos sirven como referente para implementar las estrategias comunicacionales en distintas redes sociales

Este estudio utiliza un enfoque metodológico mixto, que combina el análisis cualitativo y cuantitativo. Lo que facilitará obtener una visión completa de las estrategias comunicacionales empleadas, no únicamente con resultados métricos, sino también considerando la observación de sus videos motivacionales.

Por último, este proyecto de investigación se estructura en cuatro capítulos.

En el primero, aborda los temas de los fundamentos de la investigación. El segundo capítulo describe el marco teórico que sustenta el estudio realizado. El tercer capítulo presenta todo acerca del diseño metodológico. Como cierre, el cuarto capítulo evidencia los resultados y las conclusiones correspondientes.

Capítulo I – Fundamentos de la investigación

Planteamiento del problema

La comunicación digital en los últimos años ha tenido un gran impacto en los jóvenes, debido a que la cultura convergente desarrollada en las plataformas digitales ha generado cambios mediáticos que determinan en las audiencias un hábito de consumo. En este sentido, el consumo cultural en redes sociales ha propiciado la participación juvenil en los ecosistemas mediáticos. Esto se evidenció por un cambio crucial en las dinámicas comunicativas entre emisores y receptores, debido a que las narrativas digitales, destacan por ser espacios de interacción, expresión y consumo de contenido.

Por esta razón, TikTok, se ha consolidado como una plataforma estratégica para la circulación de contenidos breves, sensoriales y altamente emocionales, dirigidos especialmente para público joven. Según (Kemp, 2024), TikTok superó los 1.5 mil millones de usuarios activos mensuales, de los cuales el 60% eran personas entre 16 y 24 años. De esta manera, estos datos posicionan a la red social un medio esencial para interactuar con la juventud a través de historias que apelan a sus intereses, emociones y aspiraciones.

Los discursos inspiracionales destacan por el lenguaje cercano y cotidiano logrando en los jóvenes latinoamericanos conexión emocional y sentido de pertenencia en comunidades digitales. En consecuencia, las narrativas motivacionales establecen espacios de resiliencia y superación en momentos desafiantes. De esta forma, se han construido referentes aspiracionales que fortalecen la fidelización de audiencias juveniles.

La red social con alto porcentaje de uso en Ecuador es TikTok. Según Del Alcázar (2025), más del 30% de los usuarios de la plataforma en el país corresponde a jóvenes de entre 18 a 24 años, lo que evidencia el papel fundamental que tiene en su vida diaria. En este marco, la juventud ecuatoriana ha incorporado a esta comunidad digital dentro de sus hábitos digitales, encontrando en las narrativas motivacionales un espacio de expresión y construcción de identidad.

Entre tantos creadores de contenido, Farid Dieck ha logrado destacarse por su peculiar forma de dirigirse a las audiencias, gracias a sus mensajes motivacionales, que combinan experiencias personales, reflexiones profundas, y elementos de lenguajes corporales y narrativas audiovisuales atractiva. Sus videos alcanzan miles de reproducciones generando una interacción a través de comentarios y compartidos e incluso logrando fidelizar a una comunidad que se identifica con sus historias inspiracionales. Según Gutiérrez et al. (2024), señala que en el uso de redes sociales por estudiantes universitarios se identificaron varias motivaciones y contradicciones que están enlazadas con la construcción yo, la autopercepción y los procesos de interacción social. Esto evidencia que los contenidos digitales ejercen influencia sobre los jóvenes.

A pesar del alcance y la visibilidad que tienen estas narrativas en plataformas como TikTok, aún existen pocas investigaciones que analicen de manera profunda cómo las narrativas motivacionales logran generar comunidades de jóvenes que no solo consumen este contenido, también se sienten identificados con la persona que narra. Por esta razón, resulta pertinente analizar las narrativas motivacionales y su influencia como estrategia para fidelizar audiencias juveniles en TikTok, tomando el objeto de estudio a Dieck. El análisis de los elementos permitirá comprender los la causa de interés de los jóvenes hacia este tipo de contenido. Además, este estudio

aportará al área de la comunicación con una perspectiva renovada acerca de los vínculos y narrativas que se desarrollan en los entornos digitales.

En este contexto surge la siguiente interrogante: ¿Cómo el uso de las narrativas motivacionales, el lenguaje corporal/verbal, los recursos audiovisuales y estéticos en el contenido publicado en el TikTok de Farid Dieck, se consolidan como una estrategia efectiva de fidelización de la audiencia juvenil?

Objetivos

Objetivo general

Analizar las narrativas motivacionales del contenido de Farid Dieck y su influencia como estrategia para fidelizar audiencias juveniles en TikTok.

Objetivos específicos

- Identificar las características principales de las narrativas motivacionales utilizadas.
- Reconocer los recursos audiovisuales, el lenguaje corporal/verbal y la estética general, empleados en los contenidos.
- Evaluar la percepción de las audiencias juveniles para determinar los factores que influyen en su fidelización a través del consumo de contenido.

Justificación

En la actualidad, los jóvenes viven inmersos en una era digital que consume gran parte de su tiempo, especialmente a través de plataformas como TikTok, siendo una aplicación que muestra una serie de videos, según el interés del usuario, Terradez, (2020). Sin embargo, no solo buscan entretenimiento, sino también videos que los inspiren, los hagan reflexionar o generen una conexión emocional con su vida personal. Dentro de este contexto, destaca Farid Dieck, un psicólogo que, a través de sus narrativas motivacionales, ha logrado conectar profundamente con audiencias juveniles que se identifican con sus mensajes.

La investigación sobre el estudio de Dieck surge del interés por comprender cómo las narrativas motivacionales acompañadas de recursos audiovisuales, lenguaje corporal y verbal, y la estética causan una conexión con los jóvenes. Este estudio

contribuye a la comunicación digital al ser poco estudiado en el género de contenido y el entorno de TikTok.

Los hallazgos determinarán identificar la narrativa (estructura, tipo, elementos discursivos y la intención del mensaje), reconocer el lenguaje corporal y verbal (tono de voz, gestos, expresiones faciales, miradas o contacto visual y postura), elementos audiovisuales (imágenes, sonidos, textos o subtítulos, efectos de sonidos) y la estética general (colores, entorno o ambiente, iluminación y planos/ángulos) que favorecen el vínculo con audiencias jóvenes. Además, se evaluará las percepciones y fidelización de los jóvenes hacia estas narrativas. Este estudio en un contexto digital aporta a los comunicadores y creadores de contenidos, debido a que conocen las estrategias comunicativas que contienen los videos para impactar en el público joven.

La investigación muestra un impacto social a la manera en que la comunicación puede acompañar, motivar y cambiar a los jóvenes, estimulando su capacidad de resiliencia, autorreflexión y formación de comunidades con soporte emocional. Esto beneficia a que la audiencia desarrolle competencias sociales y emocionales, más allá de solo consumir contenidos digitales.

La aplicación de una metodología mixta fortalece la validez del estudio mediante la incorporación de la perspectiva de quienes consumen los contenidos como el análisis de la forma en que estos se construyen, lo que posibilita una comprensión integral del fenómeno de fidelización. En este caso, se aplicarán encuestas dirigidas a jóvenes y se desarrollará un análisis de contenido de los videos.

En definitiva, este estudio aporta al entendimiento de las estrategias comunicativas de las narrativas motivacionales, su impacto en la fidelización de

audiencias juveniles en TikTok y su capacidad de transformación en la comunidad digital, lo que fortalece tanto el aspecto práctico como teórico dentro del contexto de la comunicación.

Delimitaciones del estudio

- ***Delimitación espacial:***

Esta investigación se llevará a cabo en la ciudad de Manta, Ecuador, tomando como muestra a los jóvenes universitarios de la localidad, específicamente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

- ***Delimitación temporal:***

El estudio se desarrollará durante los meses comprendidos entre agosto de 2025 hasta octubre de 2025, tomando como marco de análisis los contenidos motivacionales publicados por Farid Dieck en TikTok y la aplicación de encuestas al público joven.

Capítulo II - Marco teórico

Estado del Arte

Las narrativas audiovisuales en el campo de la comunicación digital han desempeñado un rol central en la manera en que los creadores de contenido consiguen captar y fidelizar a las audiencias, principalmente los jóvenes. El apogeo de las redes sociales como TikTok, YouTube e Instagram ha modificado los hábitos de consumo cultural, generando ecosistemas mediáticos que convierten al receptor en un prosumidor.

El presente estado del arte recopila estudios recientes sobre narrativas audiovisuales y fidelización de audiencias juveniles. El objetivo es examinar los elementos que hacen que los contenidos generen vínculos emocionales con sus espectadores y contribuyan a la construcción de comunidades digitales sólidas.

Las transformaciones que han surgido en las plataformas digitales, especialmente TikTok han causado cambios en la producción y consumo de contenidos por su formato audiovisual breve y dinámico. Según Iglesias y Quintana (2023), planteó que en España las cadenas televisivas han utilizado narrativas audiovisuales específicas para sus contenidos informativos en TikTok, causando una mayor interacción con audiencias jóvenes.

En el campo de la divulgación científica, según Muñoz-Gallego et al. (2024), en su estudio de narrativas audiovisuales en TikTok, analizó que 200 piezas audiovisuales de cuentas de divulgación científica en TikTok, han reconocido los elementos narrativos que caracterizan la divulgación en esta red social.

Un tema estudiado en los entornos digitales es la fidelización de audiencias juveniles. Codina (2025) presentó la herramienta MAREA, que permite estudiar la

importancia de un medio y su capacidad de *engagement* con sus audiencias, destacando la relevancia de estrategias que provocan la interacción y conexión emocional con los usuarios.

Según Falconí y Argudo (2025) analizó las narrativas digitales de *influencers* que influyen en la viralización de sus contenidos, demostrando que la correcta utilización estratégica de las herramientas audiovisuales y narrativos generan un alto nivel de conexión con la audiencia y amplían la difusión de sus mensajes.

El arte de contar historias, o también denominado *storytelling*, es un método eficaz para conectar emocionalmente con la audiencia digital. Según Nivoria (2024), mencionó que para lograr captar el interés del público se debe de tener un *storytelling* que genere empatía y hacer que el contenido sea memorable en redes sociales como TikTok.

Además, la narración de historias puede inspirar y fomentar compromiso en los jóvenes, de acuerdo a diferentes investigaciones. Según Siavichay y Guamán (2022) encontraron que los estudiantes adolescentes mejoran sus habilidades de expresión oral con los relatos de cuentos fomentando su participación y el interés de contenido presentado. Este hallazgo muestra que los recursos narrativos no solo comunican información, sino que también potencian la conexión emocional y la motivación del público cuando se usan de forma estratégica, principios que pueden trasladarse a plataformas digitales.

El creador de contenido Farid Dieck tiene presencia en diversas redes sociales, como TikTok. Su contenido se caracteriza por mensajes motivacionales que están compuestos por experiencias personales, reflexiones profundas y un estilo audiovisual atractivo. Su enfoque ha logrado atraer atención de audiencias jóvenes,

creando una comunidad que se siente identificada con sus relatos inspiradores. Aunque no se ha encontrado investigaciones específicas sobre Dieck y el impacto con su público, su caso muestra cómo las narrativas motivacionales pueden resultar eficaces para mantener a las audiencias jóvenes en las plataformas digitales.

En síntesis, las investigaciones revisadas demuestran que el *storytelling* en las narrativas audiovisuales son instrumentos fundamentales para atraer la atención y promover la lealtad del público joven tanto en entornos digitales como TikTok. El entrelazamiento de recursos audiovisuales, la forma que emite el mensaje y los elementos motivacionales que logra establecer fuertes lazos emocionales con los espectadores, lo que fortalece comunidades digitales activas y comprometidas. Sin embargo, a pesar de los progresos, se siguen realizando escasos estudios que examinen específicamente cómo las estrategias comunicacionales que implementa en sus relatos motivacionales consiguen establecer una conexión genuina con su público, lo que justifica la relevancia del presente estudio.

Marco teórico

Las narrativas digitales se han fortalecido con elementos motivacionales siendo efectivas para captar y retener la atención de las audiencias (Solís, et. al., 2023), lo que se ha logrado través de historias que reflejan que el uso de una efectiva estructura narrativa de los recursos audiovisuales, permiten transmitir un mensaje y generar una conexión para identificarse con los protagonistas o conectar con emociones que favorecen la participación, lo que como resultado produce la fidelización de audiencias.

Es así que, al diseñar en las narrativas digitales con elementos que motiven, que capten la atención de la audiencia, se genera un vínculo con la audiencia, lo que ocurre gracias a la construcción de una historia con estructura idónea y recursos audiovisuales que no solo cuentan algo, sino que genera una conexión emocional y da como resultado una audiencia fiel (Solis, et. al., 2023).

Comunicación digital

Conceptos

La comunicación tradicional se refiere “al conjunto de prácticas y medios de comunicación que han estado presentes a lo largo del tiempo, como la radio, la televisión, la prensa escrita y otros medios de difusión masiva” (Vélez, 2025, p.5).

Cuya perspectiva anterior resulta importante para la comprensión de la comunicación antes de la era digital, siendo el mensaje y el canal elementos sustanciales para la transferencia del contenido, no obstante, este flujo lineal era sensible a interferencias o ruidos que ocasionan un problema para la transmisión de los mensajes.

Complementariamente, Jakobson (1960) defiende que la comunicación no solo busca transferir información, sino que también tiene el objetivo de cumplir diversas funciones esenciales, como las referenciales, expresivas, apelativas, fáticas, metalingüísticas y poéticas, las cuales permiten diferenciar la intencionalidad de cada acto comunicativo.

La comunicación ha experimentado una transformación importante con la expansión de las tecnologías a nivel digital, superando el modelo que va enfocado a una sola dirección, como se ha hecho mención, además, dentro de las plataformas en la actualidad se logra generar a más de interacciones, la construcción de identidades y relaciones interpersonales, al respecto, Gómez et.al. afirma que “En las redes sociales, los usuarios han encontrado un espacio para narrarse públicamente y construir complejas descripciones virtuales de sí mismo durante sus procesos de construcción de la identidad.” (2023, p.6), cuya realidad evidencia la fusión de los espacios y la conexión fluida entre el entorno físico y el entorno digital.

En síntesis, la comunicación digital no es solo una herramienta técnica, sino también es un lugar en constante transformación que plantea retos y nuevas posibilidades dado que dentro de la tecnología ahora se desarrollan comunidades, además, este desarrollo obliga a que los profesionales adapten sus estrategias para no perder vigencia y mantener el vínculo con la audiencia.

Consecuentemente, la capacidad de conectar con el público está íntimamente ligada al dominio de las recientes formas de interacción digital, así lo afirma Sánchez et al. (2019) quien señala que la comunicación digital presenta tanto oportunidades como desafíos para los profesionales, dado que deben adaptarse a las nuevas

herramientas y lenguajes de expresión para lograr establecer una conexión eficaz con sus audiencias.

Audiencias en la era digital

Las plataformas digitales han cambiado de manera notoria a la comunicación, puesto a que ha pasado de ser un proceso unidireccional a uno bidireccional, dado que, en la actualidad los consumidores interactúan con la producción y propagación de contenidos.

Lo antes expuesto resulta concordante con lo que defiende Kemp, quien afirma que “las redes sociales siguen siendo el pasatiempo conectado más popular, con más del 97 por ciento de los usuarios de internet” (2024), lo que refleja que, con el auge del internet, la audiencia pasiva se transformó en una audiencia activa, y, de este modo, fortaleció la comunicación a nivel digital.

El cambio tan abrupto a nivel comunicacional y tecnológico queda evidenciado en los jóvenes, que están inmersos en entornos digitales, encontrando en estos espacios autoexpresión y pertenencia, es así que, el continuo cambio comunicacional y tecnológica se refleja especialmente en la población joven, quienes se desarrollan naturalmente en espacios digitales.

Actualmente, los espacios digitales sirven como escenarios para la interacción y la construcción de vínculos, en tanto permiten a los usuarios compartir intereses, producir contenido y a su vez, crear nuevas formas de una comunidad, lo que confirma que las prácticas comunicacionales son cada vez más activas y emocionales, dando espacio a comunidades digitales donde la participación constata se da cada vez más entre la población joven (Hutt, 2012).

Transformación de audiencias en el entorno 2.0 y 3.0

El marketing interactivo es un tipo de marketing busca establecer una comunicación bidireccional entre el vendedor y el consumidor, permitiendo la participación activa de los usuarios (Ayeni et. al., 2024), cuyo cambio abrió paso a una dinámica comunicativa que tiene una diferencia notoria con el antiguo modelo unidireccional, adjuntando la interacción y la participación conjunta como elementos claves de esta etapa.

De este modo, la audiencia evolucionó hacia un modelo prosumidor, en donde no se entiende el límite entre el creador y el consumidor de contenido, cuyo aspecto se consolidará posteriormente con el desarrollo de la Web 2.0.

La evolución hacia la Web 3.0 ha reformado la experiencia comunicativa mediante la incorporación de algoritmos y sistemas de Inteligencia Artificial, que estructuran la información de forma más inteligente (Nasar, 2023), cuya mediación tecnológica posibilita una personalización extrema del consumo, evidenciando una fragmentación de las audiencias.

En los entornos digitales 2.0 y 3.0, la interacción de la comunidad con los contenidos digitales está influenciadas por los algoritmos, dado que a partir de ellos es que se determina qué información se muestra y en qué orden, lo que modifica la forma en el que el público objetivo accede a los contenidos, es de este modo que se reduce la exposición a perspectivas variadas, lo que genera entornos digitales más limitados y específicos (Nasar, 2023).

Por otro lado, la web 3.0 también conocida como web descentralizada es un nuevo entorno en donde la información es procesada y comprendida de forma más

eficiente por los sistemas informáticos, permitiendo de este modo el desarrollo de aplicaciones más inteligentes y adaptativas al interés objetivo (Nasar, 2023).

Narrativas audiovisuales en plataformas digitales

Las narrativas audiovisuales son una mezcla de recursos de carácter visual y sonoro, que permiten contar historias de manera interactiva, adaptándose a la nueva era digital, es así que, su evolución ha partido desde el nacimiento de los medios tradicionales hasta las plataformas de streaming y redes sociales (Soria, 2022).

Las plataformas digitales se usan comúnmente para la interacción directa entre personas, generando interacciones digitales que permiten las conexiones de carácter social o emocional entre personas mediante medios tecnológicos, cuyo avance es importante, dado que este tipo de plataformas ha generado un cambio en el panorama cultural y discursivo, puesto que altera estructuras convencionales de producción, distribución y consumo de contenido audiovisual (Soria, 2022).

El uso de storytelling en plataformas digitales

El *storytelling* ha marcado diferencia al ser una de las herramientas más poderosas dentro de la comunicación persuasiva, sobre todo en el marketing digital y la comunicación organizacional, dado que, en un ambiente donde hay exceso de información falsa, competencia entre marcas y forzada conexión emocional, las narrativas bien construidas logran generar un vínculo real a través de mensajes con experiencias significativas, lo que delimita lo que es el *storytelling* (Tobar, et. al., 2025).

Según Matei (2021), esta técnica logra que se establezca una enseñanza y aprendizaje, como la conexión directa con la audiencia a través de historias adecuadamente formadas para transmitir un mensaje, evadiendo las explicaciones

extensas por una narrativa audiovisual que facilita la comprensión más profunda de temas varios.

Narrativas motivacionales como recurso audiovisual

Las narrativas motivacionales inspiran e invitan a la reflexión, lo que logra conmover al público objetivo a través de narrativas sobre emociones, superación, objetivos, cambio, entre otros.

Fundamentos Teóricos

Las narrativas motivacionales conectan con necesidades psicológicas de la audiencia objetivo, dichas necesidades varían entre su autonomía, competencia, relaciones, entre otros; adicionalmente, la motivación favorece a la interacción voluntaria del público en procesos de aprendizaje y participación, en donde se establece una conexión directa entre el que envía el mensaje y su audiencia, logrando un mayor estímulo e interés cuando se incorporan contenidos narrativos motivacionales (Solís, et. al., 2023).

En palabras de Solís et. al. “la narrativa motivacional es la combinación de la narración acostumbrada con la incorporación de las TIC, para la transformación de la educación mediante imágenes, audio, música, escritos, entre otros” (2023, p.3), lo que permite entender que este tipo de narrativas se encargan de organizar experiencias y mensajes con una estructura de relato y apoyos multidimensionales como el texto, imagen, sonido, cuya finalidad es facilitar la comprensión, el involucramiento y la fidelidad del usuario.

La aplicación de la narrativa motivacional genera aumentos de interés y satisfacción en los usuarios, lo que resulta en una forma de narrativa eficaz para

activar y sostener la motivación en las plataformas digitales, por ejemplo, en entornos reconocidos como la plataforma de TikTok (Solís et. al., 2023).

Por lo antes expuesto, cuando el contenido permite decidir cómo y cuándo involucrarse, ofreciendo retos alcanzables y vínculos con la audiencia, genera como resultado una motivación que se mantiene y se traduce en interacción y retorno del público, es decir, fidelización al contenido, lo cual se encuentra enlazado con la autodeterminación de los seres humanos (Solís et. al., 2023).

Características

- Se fundamentan en una estructura narrativa breve y coherente, adecuada a los formatos digitales donde la atención del usuario es parcializada, de acuerdo con Solís et. al. (2023), las narrativas digitales contemporáneas tienen como objetivo transmitir ideas claras y emocionales en un corto tiempo, conjugando recursos audiovisuales que mantengan el interés y la comprensión del público joven.
- Integran elementos de carácter emocional y reflexivos que permiten al espectador identificarse con el mensaje.
- Utiliza recursos multifacéticos como la música, imagen, tono de voz o gestos para perpetuar la expresividad del contenido.
- Se caracterizan por su intención transformadora, que va direccionada a inspirar a actitudes positivas, cambios motivacionales, entre otros.
- Favorece la interacción entre la comunidad y el emisor, además estimula la participación del usuario en la comunidad digital (Solís et. al., 2023).

Estrategias Comunicacionales de las narrativas audiovisuales en TikTok

Elementos de la narrativa

En TikTok, las estrategias comunicacionales que resultan más factibles se fundamentan en estructuras narrativas condensadas que mantienen un orden para garantizar una buena experiencia sin perder coherencia ni dirección del sentido, es de este modo que, teóricamente se le entiende como un “método de construcción de conocimiento”, lo que es concordante con lo expuesto por Rodríguez (2020) quien expone:

La narrativa se sitúa como recurso epistemológico y metodológico en la investigación; ya que, permite a quien investiga construir de manera reflexiva el conocimiento que da cuenta del proceso realizado. Por su estructura facilita al investigador la interpretación que realiza de los discursos de los actores sociales a la luz de la teoría, todo lo anterior, en aras de dar sustento al conocimiento que construye (p.6).

Esta orientación del método permite entender la organización que debe contener el contenido para obtener una secuencia clara (apertura situacional, desarrollo reflexivo y cierre con sentido), con el objetivo de facilitar la comprensión y retención de información en plataformas de consumo rápido como TikTok, es así, que a nivel didáctico-comunicacional, esa estructura narrativa no sólo permite transmitir información, sino que da pauta a expresar lo comprendido en términos significativos para la audiencia juvenil (Rodríguez, 2020).

El tipo de relato que de mejor manera se acomoda al formato breve y móvil, por lo general tiende a ser testimonial-reflexivo, dado que parte de situaciones

reconocibles o vivencias y se lo resignifica con un aprendizaje social, según Jiménez, los tipos de narrativas pueden ir desde el monólogo interior y el flujo de conciencia.

El monólogo interior y el flujo de conciencia, en donde se muestran los pensamientos íntimos del emisor, hasta las múltiples perspectivas o la propia, es en donde se extiende la comprensión del mensaje al permitir entender distintos enfoques o una visión íntegra del relato, a su vez, existe el tipo de técnica del iceberg o el collage en donde surgen significados más allá de lo explícito, invitando a la interpretación y fomentando la construcción de mensajes motivacionales (Jiménez, 2024).

En la narrativa, los elementos discursivos componen un conjunto de recursos lingüísticos y semióticos que permiten la construcción del sentido y la coherencia dentro del mensaje, es así que, todo texto narrativo se estructura a partir de una secuencia lógica y temporal que conecta los hechos y acciones mediante el vínculo de causalidad y progresión (Díaz, 2018).

La cohesión y la coherencia son elementos principales para la narrativa, dado que asegura que se mantenga una relación formal y conceptual en el mensaje, de este modo, en la narrativa de carácter audiovisual, esta cohesión se transforma a partir de conectores textuales, acompañado de transiciones visuales o sonoras que estructuran el flujo narrativo, es así que cada elemento, gesto, palabra o tono, cumple con una función semántica que dirige la intención comunicativa y motiva el dinamismo del mensaje (Díaz, 2018).

Lenguaje corporal y verbal

Las estrategias comunicacionales en TikTok comprenden el entendimiento de múltiples herramientas que son utilizadas al momento de la realización de videos, es

así que, el lenguaje verbal (cómo se habla) y el lenguaje corporal (cómo se muestra el cuerpo) forman parte de un solo sistema al momento de la grabación de contenido.

Dentro de la comunicación no verbal se establece la postura, gestos, mirada y tono de voz, los cuales pueden representar hasta el 70% de la información transmitida en una interacción, reforzando o debilitando lo que se dice con palabras (Kleinson, 2025)

Por lo antes expuesto, entra en juego un elemento muy importante, que es el “paralenguaje” que consiste en la velocidad, ritmo, volumen y entonación, que permite modular la intensidad emocional de los mensajes con carga motivacional, dado que, un tono seguro y variado puede generar entusiasmo y credibilidad, mientras que una voz más apagada, monótona o muy rápida, puede generar dificultad de comprensión y reducir la implicación de las audiencias juveniles (Kleinson, 2025).

Los creadores de contenido en TikTok, por lo tanto, suelen emplear narrativas motivacionales con un ritmo moderado en su habla, junto con la introducción de pausas estratégicas y énfasis en palabras puntuales para guiar la atención y facilitar que el mensaje breve se perciba como auténtico y cercano.

En el mismo orden de ideas, el componente corporal, los gestos, la postura y el uso del lenguaje no verbal, es sustancial para sostener una narrativa que se desarrolla en videos de corta duración, lo que es concordante con la literatura actual que destaca que el lenguaje corporal ayuda a enfocar y dar claridad al mensaje, y conjugada con un buen empleo de las palabras y los gestos, se garantiza mejor atención y refuerza la intencionalidad comunicativa (Pérez, 2021).

Por otro lado, las posturas abiertas y erguidas, en conjunto con movimientos de manos que se sustentan de ideas clave y desplazamientos controlados en el encuadre, permiten transmitir seguridad y energía, mientras que gestos nerviosos o posturas cerradas pueden interpretarse como que existe falta de confianza o distancia emocional (Kleinson, 2025).

Dentro de la plataforma de TikTok, en donde el cuerpo “se pone en escena a partir de múltiples formatos y tendencias” (Aravena, 2024, p.8), especialmente entre la comunidad juvenil, resulta sustancial que el lenguaje corporal no solo apoye al contenido motivacional, sino que construye identidad y cercanía con la comunidad que sigue al creador.

Las expresiones faciales y el contacto visual complementan los códigos discursivos, puesto que, las expresiones del rostro reflejan el estado del ánimo y permiten al público la percepción del mensaje como genuino o falso, por ejemplo, se puede diferenciar una sonrisa forzada a una “real” porque este gesto involucra los ojos, mejillas y el conjunto de la cara (Pérez, 2021; Kleinson, 2025).

De este modo, en los entornos digitales en donde las expresiones se encuentran expuestas a la luz del público, existe una relación e influencia directa en el comportamiento de la audiencia y en el visionado en tiempo real, sugiriendo de este modo que los rostros en efecto comunican emociones positivas y coherentes con el relato que tienen a atraer y retener más espectadores (Li, et. al., 2025).

Dentro de la plataforma de TikTok, donde la cámara enfoca especialmente el rostro, miradas directas al lente, sonrisas reales y micro gestos de aprobación o empatía, funcionan como elementos discursivos que dirigen a la interpretación de un

mensaje motivacional y permiten fortalecer vínculos entre el emisor y receptor, favoreciendo de este modo la fidelización de audiencias.

Elementos audiovisuales

En TikTok, los elementos audiovisuales son sustanciales dado que funcionan de manera integrada al abarcar imagen, texto en pantalla, música y efectos de sonido que se articulan en pocos segundos para captar la atención y mantenerla.

Un estudio sobre el impacto de la comunicación audiovisual revela que “los primeros segundos de visualización del contenido son determinantes en la retención y visibilidad del contenido, así como la calidad visual” (Espinoza, et. al., 2025, p.1), en este sentido, el texto en pantalla y los subtítulos cumplen el rol de actuar como anclajes informativos que resumen la idea central y orientan a la interpretación del video.

Por lo antes expuesto, el apoyo escrito es sustancial dado que estos textos generalmente condensan el tema con una frase motivacional o idea clave, guiando al espectador sobre la emoción o reflexión a activar, sin embargo, por otro lado, están las imágenes, que consisten en rostros, encuadres, escenarios, filtros o recursos visuales que son el núcleo para impulsar la estrategia de llamar la atención de la audiencia.

En la plataforma de TikTok se producen videos, *selfies* con filtros, sonidos y performances breves, mezclando comportamientos, formas de vestir y modos de actuar que contribuyen a la construcción de identidad y pertenencia cultural en adolescentes y jóvenes (Tualombo, 2022).

En términos comunicacionales, el plano visual no sólo refleja un mensaje, sino que lo desarrolla, dado que a través del acercamiento del rostro se enfatiza la

emoción, y, con los filtros y efectos visuales se crean atmósferas que pueden ser íntimas o dramáticas, combinándolo con el texto en pantalla que permite mayor entendimiento del video, es de este modo que, la imagen se integra como elemento discursivo audiovisual, que le da forma a la narrativa motivacional (Tualombo, 2022).

Por su lado, la música y los efectos de sonido son una parte sustancial de las estrategias audiovisuales, puesto que, colocar un componente sonoro genera una experiencia auténtica, Radovanovic (2022) explica que la plataforma de TikTok “sitúa el componente sonoro del material audiovisual de maneras que no habían sido exploradas antes en las redes sociales” (p.1) destacando que el elemento sonoro en la plataforma es puntual y característica.

Por lo ya expuesto, las canciones virales, los fragmentos musicales en loop y los audios reutilizables permiten que un sonido se convierta en meme, tendencia o marca de identidad en ciertos videos de carácter motivacional, es por lo antes expuesto que, se comprende que la elección musical no es meramente decorativa, sino que es un tipo de transmisión del lenguaje que enfoca un tono emocional, como la esperanza, calma, energía, y, de este modo, les marca ritmo a las narrativas.

Estética general

La estética general en TikTok gira en torno al color, iluminación y encuadres para lograr generar una experiencia emocional más que racional, es así como, desde la perspectiva de la estética de la imagen, la fotografía y el audiovisual que permiten acercarse y a su vez, alejarse de lo real, se genera una “fascinación” que permite ver de otra forma el mundo cotidiano (García, 2023).

En videos cortos característicos de la plataforma TikTok, la fascinación que permite ver de otra forma el mundo, se concentra en pocos segundos, de tal modo que cada decisión visual que se aplica en los videos influye directamente en la atención, interpretación y la implicación afectiva del público joven (Chen, 2024).

Los colores dentro de los videos forman parte de uno de los recursos más notorios en la estética, un estudio sobre “El color, el contraste y la viralidad” en TikTok demuestra que la elección de paleta de colores que contrasten y llamen la atención del público objetivo, logra que el contenido destaque en un medio saturado de estímulos (Castro, et. al., 2025), así mismo, el color contribuye a establecer un tono emocional al video, asociando determinados matices a atmósferas cálidas, nostálgicas o enérgicas (Chen, 2024), es de este modo que, la combinación cromática es un complemento sustancial para la estrategia comunicacional.

Por otro lado, el entorno o ambiente en donde se desarrollan los videos son sustanciales, puesto que, la teoría del encuadre defiende que la disposición de los elementos en el campo visual y la relación con el fondo, aportan a la creación de profundidad en la atmósfera que se graba, dando un aporte importante a la narración del video (Di Pietro, et. al., 2023).

La iluminación no deja de ser menos importante en el contexto temático, dado que la luz no sólo es un elemento que permite que exista visibilidad, sino que también permite la definición de volúmenes, profundidades y atmósferas que modulan el impacto emocional del video o imagen (Miccio, 2022), siendo el manejo de luces un pilar central para intensificar la expresividad del rostro o gestos y de este modo, reforzar el mensaje afectivo que quiera transmitir el contenido.

Por último, pero no menos importante, los planos y ángulos de la cámara resultan primordiales para establecer el vínculo entre el emisor y el receptor, dado que, a través de la escala de planos (primer plano, segundo plano, planos generales), se logra establecer cercanía con el público, en conjugación con los ángulos que influyen en la sensación de proximidad, jerarquía o empatía que se genera entre audiencia y emisor (Mardones et. al., 2024).

Fidelización de Audiencias Juveniles en TikTok

La fidelización de audiencias no es meramente un consumo frecuente de videos, sino que consiste que transformar el contenido para la cotidianidad de los jóvenes, de tal forma en el que nace una relación y construcción de identidad a través del algoritmo.

Consumo cotidiano y uso de TikTok por jóvenes

La fidelización de audiencias juveniles en TikTok se refleja a partir de que la plataforma se vuelve parte de la cotidianidad de los adolescentes, puesto que, las tecnologías en la actualidad se han transformado en “agentes clave de socialización en la adolescencia” (Virós, et. al., 2025, párr. 1), y TikTok forma parte de una de las redes más relevantes para la juventud.

En Latinoamérica, la fidelización juvenil se explica a través del uso social de la plataforma, puesto que, el uso de TikTok en adolescentes ecuatorianos evidencia que la red no se usa meramente para el entretenimiento, sino que también es parte de un espacio de interacción, ocio compartido y circulación de contenidos que refuerzan la cultura que se comparte (Cerde, 2025), lo que conlleva a los jóvenes a regresar a la aplicación para actualizarse, comentar y compartir, consolidando hábitos de consumo frecuentes.

Fidelización como vínculo emocional e identificación

Por otro lado, el diario El Tiempo, escrito por Ortegón (2024) en su apartado sobre *¿Por qué los jóvenes eligen a sus 'influencers' favoritos en TikTok?*, destaca que la elección de los creadores de contenido nace a partir de la identificación emocional, cercanía, coherencia de discurso y forma de vida del *influencer*, alimentando así factores que incrementan la lealtad hacia cuentas o creadores de contenido.

Dimensiones y estrategias de la fidelización juvenil

Las dimensiones comunicacionales que se emplean para lograr esta lealtad, varían entre sí, por su lado Macías & Vayas (2025) estudian las emociones y la viralidad en TikTok, demostrando que la respuesta del público tiene fuerte vínculo con la forma en que los creadores demuestran sus emociones, desde la alegría, esperanza hasta la sorpresa.

La fidelización toma fuerza cuando el contenido es interactivo, por su lado, Vintimilla & Erazo (2025) sostienen que las estrategias de carácter interactivo en TikTok, como las encuestas, retos, dúos o comentarios respondidos en video, tienden a incrementar la participación de los jóvenes, construyendo de este modo, vínculos simbólicos dentro de las comunidades digitales.

Por todo lo expuesto, los factores principales que influyen en la fidelización parten de la identificación emocional, la interacción continua y la coherencia del modo comunicacional empleado por los creadores de contenido, es de este modo que, los jóvenes permanecen vinculados a los creadores que generalmente ofrecen algo con significado y autenticidad.

Caso de Estudio: Farid Dieck

Es reconocido por ser un creador de contenido que se dedica a la divulgación de reflexiones personales en donde cruza pensamientos de psicología, filosofía y narrativa, su proyecto más destacado es “Relatos y Reflexiones”, que es un formato donde analiza películas, series y figuras culturales desde la perspectiva psicológico (Ramos, 2025).

A su vez, Farid desde el año 2017 hace uso de las redes sociales para difundir “mensajes y poemas positivos” que se encaminan a afrontar experiencias difíciles y proporcionarles sentido (Villanueva, 2019), es así que, en TikTok la lógica de relato breve en conjunto con reflexión accionable da paso a la fidelización juvenil dado que encaja con consumos rápidos pero combinado con una voz coherente y reconocible.

La fidelización de la audiencia de Farid Dieck no es un simple hecho, es parte de su trabajo, pues fue ganador en los “TikTok Awards 2025” en la categoría #TikTokMeHizoVer (Reyes, 2025), así como fue reconocido por Spotify Podcast Awards, siendo reconocido por sus múltiples trabajos motivacionales, es así como, en términos de narrativa motivacional, el creador de contenido se erige por la reflexión y conexión emocional con su audiencia a través de múltiples formatos digitales.

Capítulo III – Diseño Metodológico

Enfoque de la investigación

La presente investigación utilizará un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos, permitiendo un análisis integral de las perspectivas del estudio de investigación, facilitando la obtención de datos descriptivos y numéricos. Según (Vázquez-Atochero & Ledo-Díaz, 2024), mencionan que la importancia de combinar estas dos metodologías es porque aporta una mayor facilidad en la comprensión del problema del estudio, abordar preguntas complejas en la investigación, contextualiza los hallazgos, comprueba los resultados y favorece a la flexibilidad en el diseño y desarrollo del estudio de acuerdo a las necesidades. Estas dos técnicas colaboran para ofrecer información precisa y de calidad al implementar el instrumento cualitativo que permite comprender las perspectivas por medio de análisis de contenido, mientras que el cuantitativo ofrece una visión general basada en un muestreo específico fundado en un análisis de métricas.

Tipo de estudio

Se trata de una investigación descriptivo-explicativo, porque tiene como objetivo describir los elementos narrativos, lenguaje corporal y verbal, la estética y recursos audiovisuales que contribuyen a la conexión emocional. Asimismo, es explicativa porque busca comprender las causas de la relación entre estrategias narrativas y la influencia en la fidelización de la audiencia juvenil. Además, es un estudio de corte transversal porque se recopilará los datos en un tiempo determinado.

Diseño de estudio

El estudio tiene un diseño mixto secuencial descriptivo-exploratorio. Se empezará con la realización de un análisis de contenido de los videos publicados por Farid Dieck, identificando las estrategias narrativas, lenguaje corporal y no verbal, y

elementos audiovisuales que utiliza para motivar y generar un impacto en su audiencia. Después, los jóvenes que consumen el contenido serán objeto de estudio para la aplicación del instrumento cuantitativo que se utilizará para evaluar sus percepciones, identificación y fidelización que aportarán a la validación de los hallazgos del análisis cualitativo.

De esta manera, este enfoque mixto hace posible fusionar la interpretación del estudio cualitativo con la valoración del estudio cuantitativo, logrando una perspectiva completa acerca de la incidencia de los relatos motivacionales y la fidelización de las audiencias juveniles en TikTok.

Grupo de estudio / Población y muestra

El grupo de estudio estuvo conformado por jóvenes segmentados entre 18 a 24 años de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de Manta, considerando a usuarios que se encuentran activos en TikTok y que, además, han consumido o interactuado con contenido motivacional de Farid como aquellos que lo visualizan. Aspectos que resultan esenciales, debido a que se realiza un análisis de la percepción, identificación y fidelización de audiencias juveniles en relación a las narrativas.

Para respaldar la selección, se consideró el concepto internacional de juventud. Según la United Nations (s.f.), “definen a los jóvenes como aquellas personas de entre 15 y 24 años”. No obstante, también se explica que, esta definición varía de acuerdo al contexto del país, porque delimitan una edad específica de joven. Asimismo, en Ecuador, de acuerdo con la Ley de la Juventud estima a los jóvenes en edades comprendidas entre 18 a 29 años (CONGRESO NACIONAL, 2001). Por esta razón, tomando de referencia ambos criterios, se decidió elegir un grupo de estudio

entre 18 a 24 años, siendo un rango considerable que representa a la audiencia juvenil de TikTok, especialmente las que visualizan contenidos motivacionales.

En esta investigación se aplicará un muestreo no probabilístico por conveniencia. La muestra estuvo constituida por 301 estudiantes de la ULEAM, determinada por medio de un cálculo muestral aplicando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, representado por una población total de 17697 estudiantes. Sin embargo, 236 jóvenes cumplieron con los parámetros de haber visto el contenido y los 65 restantes fueron descartados del estudio. Ver Figura 1 en anexo.

Tabla 1

Operacionalización de variables

Variable	Dimensión	Indicadores	ITEMS
1. Narrativas Motivacionales	-Elementos narrativos -Lenguaje corporal y verbal -Elementos audiovisuales -Estética general del vídeo	-Estructura del mensaje, tipo de narrativa, elementos discursivos e intención del mensaje -Tono de voz, gestos, expresiones faciales, miradas o contacto visual, postura corporal - Textos o subtítulos, imágenes, música y efectos de sonidos -Colores, entorno o ambiente, iluminación, planos o ángulos	Ficha de Observación
2. Fidelización de audiencias juveniles	-Frecuencia de consumo -Continuidad del video	-Regularidad del consumo.	Encuesta escala de Likert

	-Identificación -Recomendación	-Motivación para seguir viendo -Nivel de Identificación -Disposición a recomendar	
--	-----------------------------------	---	--

Nota. Elaboración propia

Técnicas de recolección

La técnica que se utilizó en este proyecto fue con enfoque cualitativo y enfoque cuantitativo que permiten comprender de forma más precisa y cercana la relación de los jóvenes con los mensajes motivacionales de Farid Dieck. El primer enfoque mencionado se trata de un análisis de contenido que permitirá describir, identificar e interpretar los contenidos que contengan patrones implícitos y explícitos en los vídeos observados. El instrumento que se empleará para la recolección de datos será una ficha de observación que contiene el análisis de recursos narrativos, audiovisuales, lenguaje corporal y verbal, y la estética general de los productos audiovisuales.

Por otro lado, el instrumento a utilizarse en el enfoque cuantitativo será una encuesta a jóvenes entre 18 a 24 años de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de Manta, activos en TikTok que visualizan o no el contenido motivacional, con el propósito de conocer desde sus perspectivas cómo se sienten identificados, con qué frecuencia y por qué vuelven a visualizar estos contenidos. Estas técnicas permitirán acercarse al impacto real que puede tener una narrativa motivacional bien construida en la vida de los jóvenes.

Análisis de datos

Para el análisis de contenido, se implementó la técnica de observación durante un período de 3 meses, percibidos desde de agosto hasta octubre del 2025. Si

bien durante el periodo establecido se observó 30 videos publicados en su perfil, se optó por seleccionar 9 videos que tengan mayor número de visualizaciones, debido a que este indicador refleja el alcance que el contenido tuvo con las audiencias de TikTok.

La ficha de observación de elaboración propia tiene categorías y subcategorías a analizar como: título, fecha, duración, número de reproducción, número de me gusta, número de comentarios, narrativa (tema, tipo, elementos discursivos e intención del mensaje); lenguaje corporal y verbal (tono de voz, gestos, expresiones faciales, mirada o contacto visual y postura); elementos audiovisuales (texto o subtítulos, imágenes, música y efectos de sonidos) y estética general (colores, entorno o ambiente, iluminación y planos/ángulos).

Limitaciones

Durante el proceso de elaboración de la investigación se encontró varias limitaciones. La primera, las respuestas de los jóvenes porque la encuesta depende de la sinceridad e interpretación del encuestado, lo que puede causar sesgo, dado que, los jóvenes al ver muchas preguntas prefieren responder de manera inconsciente con cualquier respuesta. También, aunque se logró detallar el muestreo, esto no permite generalizar los hallazgos a toda la población juvenil ni las audiencias en TikTok. Asimismo, en la observación de contenidos, se limita a una cantidad menor de videos, seleccionados de acuerdo a la mayor visualización, debido a que el trabajo investigativo se desarrolla en corto tiempo. Por último, las métricas utilizadas fueron por disponibilidad pública, sin acceso a datos internos del creador de contenido.

Capítulo IV – Resultados

El presente capítulo se presenta el análisis de los resultados obtenidos en la observación sobre las estrategias comunicacionales de las narrativas audiovisuales en TikTok implementadas por el creador de contenido Farid Dieck. A partir de la información recolectada en el análisis de contenido de la ficha de observación y encuestas, se busca responder a los objetivos específicos del estudio, permitiendo identificar las características de las narrativas motivacionales en sus videos, reconocer los recursos audiovisuales, el lenguaje corporal/verbal y la estética general empleadas y evaluar la percepción de las audiencias juveniles para determinar los factores que influyen en su fidelización a través del consumo de contenido.

Objetivo específico 1: Identificar las características principales de las narrativas motivacionales utilizadas.

Tabla 2

FICHA DE ANÁLISIS INTEGRAL DE PATRONES				
NARRATIVA				
Subcategoría	Resultados (frecuencia)			
Tema	Diversos temas que se relacionan a procesos emocionales y reflexivos			
Tipo	3 superación	4 inspiracional	2 motivacional reflexiva	
Elementos discursivos	7 segunda persona	2 tercera persona	1 interrogante	5 citas de autores
Intención del mensaje	5 acompañamiento y validación emocional	2 empoderamiento personal	2 introspectiva	

Nota: Elaboración propia

El análisis de los videos permitió identificar las características principales con mayor repetición en sus narrativas motivacionales, en la **Tabla 2** se demuestra que en 4 videos las narrativas se caracterizan por un tipo de mensaje inspiracional, de igual manera en 7 videos se evidenció que los elementos discursivos empleados para dirigirse a su audiencia son en segunda persona, mientras que en 5 de ellos utilizó frases citadas de autores, y la intencionalidad del mensaje se percibió en 5 videos de acompañamiento y validación emocional.

Objetivo específico 2: Reconocer los recursos audiovisuales, el lenguaje corporal/verbal y la estética general, empleados en los contenidos.

Audiovisual:

Tabla 3

FICHA DE ANÁLISIS INTEGRAL DE PATRONES			
AUDIOVISUAL			
Subcategoría	Resultados (frecuencia)		
Texto	9 tipografía básico		
Imágenes	6 no		3 Si
Efectos de sonidos	4 máquina de escribir	3 ninguno	2 cambio de imágenes
Música	6 inspiracional	1 superación	2 motivacional

Nota: Elaboración propia

A partir de la observación de la **Tabla 3** sobre la ficha de análisis integral se reveló patrones utilizados en los contenidos motivacionales de Farid Dieck, como lo fue en recursos audiovisuales que se caracterizó por un mismo estilo de tipografía en sus subtítulos, además sus narrativas demuestran que 6 de sus contenidos no implementan imágenes, particularmente se diferencian por aparecer él sin interrupción de imágenes, pero un dato importante es que en sus últimos 3 videos se pudo notar la implementación de imágenes de pinturas de óleo a sus narrativas. En la parte auditiva, la música inspiracional se repite en 6 videos y los efectos de sonidos se los agrega en momentos específicos como el de máquina de escribir que se repite 4 veces en videos para enfatizar frases impactantes y en 2 ocasiones la transición de imágenes.

Lenguaje corporal/verbal:**Tabla 4**

FICHA DE ANÁLISIS INTEGRAL DE PATRONES			
LENGUAJE CORPORAL/VERBAL			
Subcategoría	Resultados (frecuencia)		
Tono de voz	9 suave		
Gestos	9 Gestos reguladores		
Expresiones faciales	4 expresivos/afectivos	5 expresión serena,	
Miradas o contacto visual	9 mirada directa		
Postura	7 torso inclinado	2 torso erguido	1 torso semi-inclinado

Nota: Elaboración propia

En la **Tabla 4** se evidencia notoriamente varios patrones de las subcategorías que se presentan en la mayoría de sus videos. En particular en su lenguaje corporal son 9 videos que presentan los mismos gestos reguladores, una mirada directa o contacto visual que mantiene ante la cámara, en cuanto a su postura el patrón presente en 7 videos es tener una sola postura siendo torso inclinado que transmite confianza y cercanía, en ese sentido las expresiones faciales también acompañan en 5 videos con la expresión serena. Por otro lado, está el tono de voz, ese lenguaje verbal que le da un realce a la narración, la tonalidad de voz se caracteriza por ser tono suave y aparecer en los 9 videos.

Estética general:**Tabla 5**

FICHA DE ANÁLISIS INTEGRAL DE PATRONES	
ESTÉTICA GENERAL	
Subcategoría	Resultados (frecuencia)
Colores	9 neutros
Entorno o ambiente	9 fondo minimalista desenfocado
Iluminación	9 cálidos y fríos
Planos/ángulos	9 Plano medio corto

Nota: Elaboración propia

A nivel estético, en la **Tabla 5** se notó en los 9 videos que el escenario que se

observa en los contenidos motivacionales contiene una misma estética general.

Respecto a la subcategoría ambiente o entorno predomina la constante utilización de fondos minimalistas con efecto de desenfoque, lo cual evita distracciones y genera concentración en el mensaje; en cuanto a los planos/ángulos mantienen el mismo uso de plano medio corto; los colores son neutros y la iluminación combina las luces cálidas y frías, transmitiendo un equilibrio de suavidad.

Objetivo específico 3: Evaluar la percepción de las audiencias juveniles para determinar los factores que influyen en su fidelización a través del consumo de contenido.

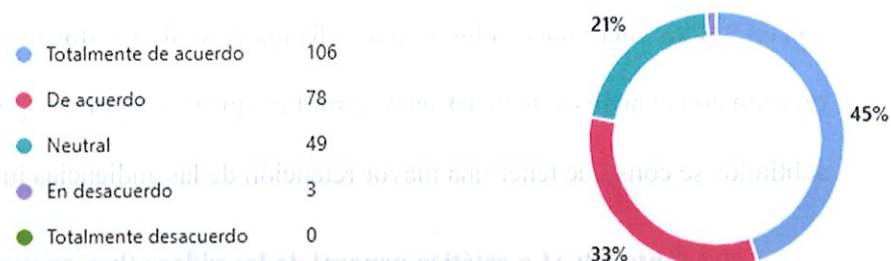
La percepción de la audiencia juvenil en TikTok se determinó mediante una encuesta para establecer que factores hacen atractivo, cercano o generan conexión para consumir contenidos motivacionales. En este análisis se tomaron en cuenta, las preguntas que más se relacionan al estudio, entre esas se adjuntan los siguientes resultados.

Pregunta 7: ¿El contenido de Farid Dieck te genera motivación personal?

Figura 1

7. ¿El contenido de Farid Dieck te genera motivación personal?

[Más detalles](#)



Nota: recuperado de las estadísticas de Microsoft Forms

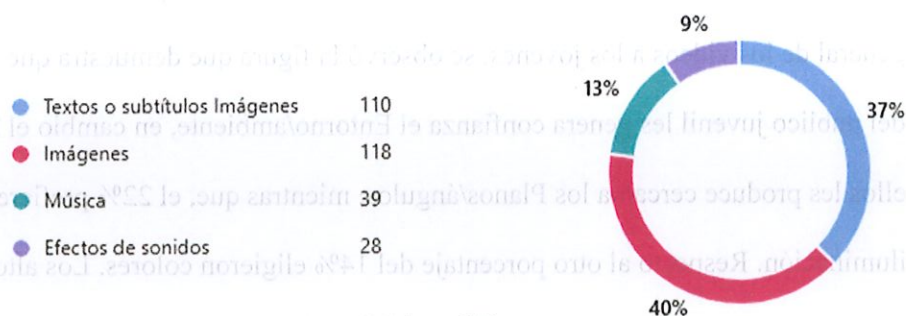
De acuerdo a los resultados expuestos en la figura 1, se logra evidenciar si los contenidos de Farid Dieck generan motivación personal, teniendo en cuenta que el 45% está Totalmente de acuerdo, mientras que el 33% está De acuerdo y el otro 21% se mantiene Neutral. Esto demuestra que el público joven opta por un contenido de motivación personal.

Pregunta 9: ¿Qué recursos audiovisuales mantienen tu atención durante el video?

Figura 2

9. ¿Qué recursos audiovisuales mantienen tu atención durante el video?

[Más detalles](#)



Nota: recuperado de las estadísticas de Microsoft Forms

En la pregunta 9 se muestra el gráfico que proporciona los recursos audiovisuales que mantienen la atención de los jóvenes. Según el gráfico circular, el 40% de los jóvenes mantienen su atención en Imágenes, en cambio el 37% decidió por los Textos o subtítulos, mientras que el 13% en música y en menor proporción con un 9% los encuestados eligieron los efectos de sonido. Estos resultados en relación con el análisis de la **Tabla 3** se ratifica que al integrar imágenes y textos o subtítulos se consigue tener una mayor retención de las audiencias juveniles

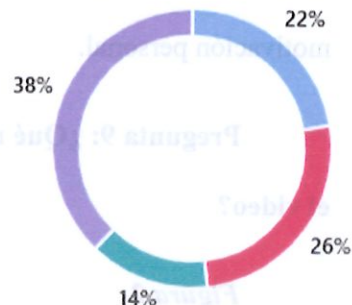
Pregunta 10: ¿La estética general de los videos (luz, encuadre, ambiente) te genera una sensación de cercanía o confianza?

Figura 3

10. ¿La estética general de los videos (luz, encuadre, ambiente) te genera una sensación de cercanía o confianza?

[Más detalles](#)

● Iluminación	65
● Planos/ángulos	75
● Colores	41
● Entorno / Ambiente	110



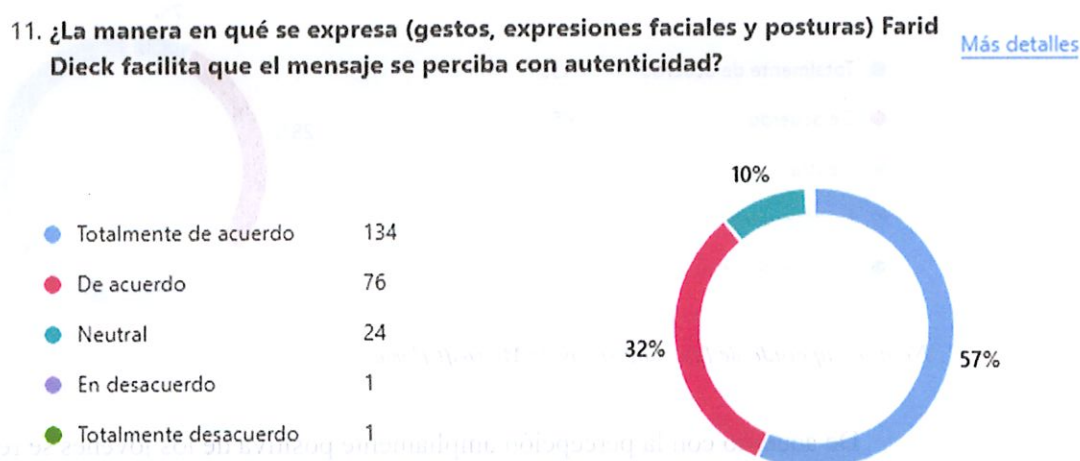
Nota: recuperado de las estadísticas de Microsoft Forms

Para determinar la sensación de cercanía o confianza que causa la estética general de los videos a los jóvenes, se observó la figura que demuestra que el 38% del público juvenil les genera confianza el Entorno/ambiente, en cambio el 26% de ellos les produce cercanía los Planos/ángulos, mientras que, el 22% prefieren la iluminación. Respecto al otro porcentaje del 14% eligieron colores. Los altos porcentajes revelados en la encuesta reafirman lo analizado en la **Tabla 5**, que la

audiencia juvenil les produce confianza el hacer uso de una misma estética general para los videos.

Pregunta 11: ¿La manera en qué se expresa (gestos, expresiones faciales y posturas) Farid Dieck facilita que el mensaje se perciba con autenticidad?

Figura 4



Nota: recuperado de las estadísticas de Microsoft Forms

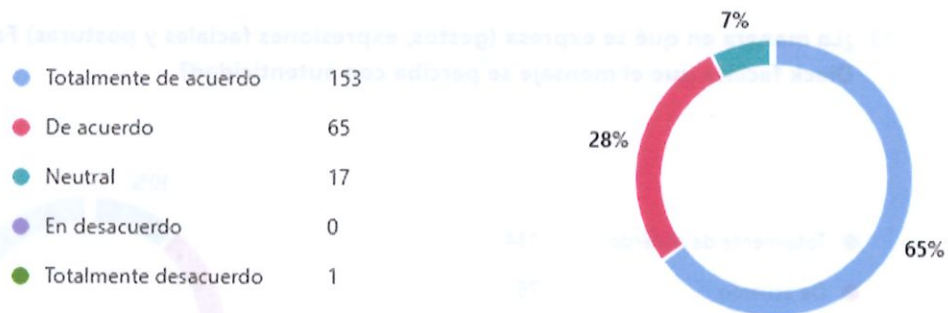
A partir de los datos representados, se observó la percepción de la audiencia sobre la manera en que Farid Dieck se expresa, obteniendo como resultados una percepción positiva de la audiencia que se refleja con un 89% y el 10% se mantiene neutral. Tomando en cuenta, la **Tabla 4** con relación a estos resultados se evidencia como los gestos, mirada directa y la postura son el lenguaje corporal que predominan mayormente logrando que los jóvenes tengan una conexión y mensaje coherente.

Pregunta 12 ¿El tono de voz que emplea Farid Dieck en sus relatos capta tu atención para seguir escuchándolo?

Figura 5

12. ¿El tono de voz que emplea Farid Dieck en sus relatos capta tu atención para seguir escuchándolo?

[Más detalles](#)



Nota: recuperado de las estadísticas de Microsoft Forms

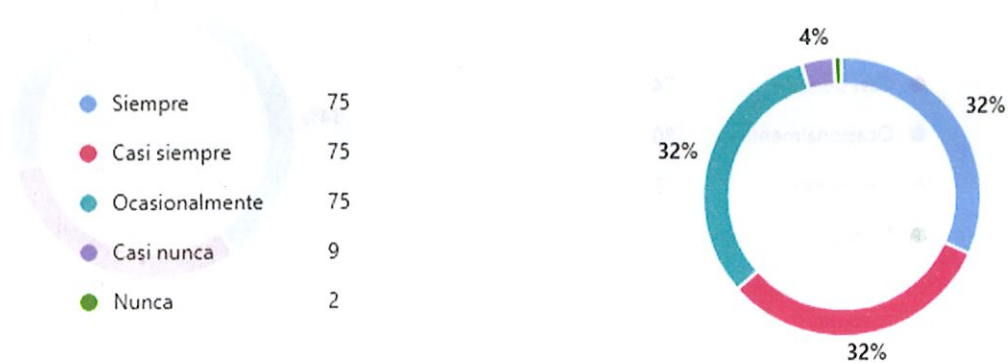
De acuerdo con la percepción ampliamente positiva de los jóvenes se reflejó que el 65% de ellos coincidieron que el tono de voz empleado en sus narrativas logra captar la atención. A diferencia del otro porcentaje que indica que el 7% no retienen su atención con la voz para seguir escuchándolo. Los datos representados en la **Tabla 4** junto con los del gráfico 5 demuestra que, uno de los recursos que más considera la audiencia juvenil en los relatos es el tono de voz con el que se dirige el creador de contenido.

Pregunta 13: ¿Después de ver un video de Farid Dieck te dan ganas seguir buscando más de su contenido?

Figura 6

13. ¿Después de ver un video de Farid Dieck te dan ganas seguir buscando más de su contenido?

[Más detalles](#)



Nota: recuperado de las estadísticas de Microsoft Forms

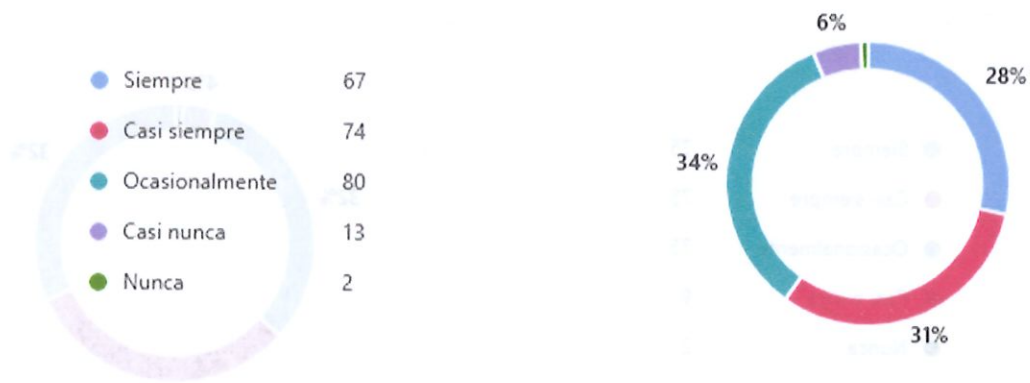
El siguiente gráfico se determinan las ganas de seguir buscando más contenido de Farid Dieck al momento de ver un video. Los indicadores analizados señalan las tres primeras categorías predominan con un 32% que se distribuye en Siempre, Casi siempre y Ocasionalmente, lo que demuestra una percepción moderada respecto a la fidelidad de la audiencia joven.

Pregunta 14: ¿Te sientes identificado con el contenido que comparte Farid Dieck?

Figura 7

14. ¿Te sientes identificado con el contenido que comparte Farid Dieck?

[Más detalles](#)



Nota: recuperado de las estadísticas de Microsoft Forms

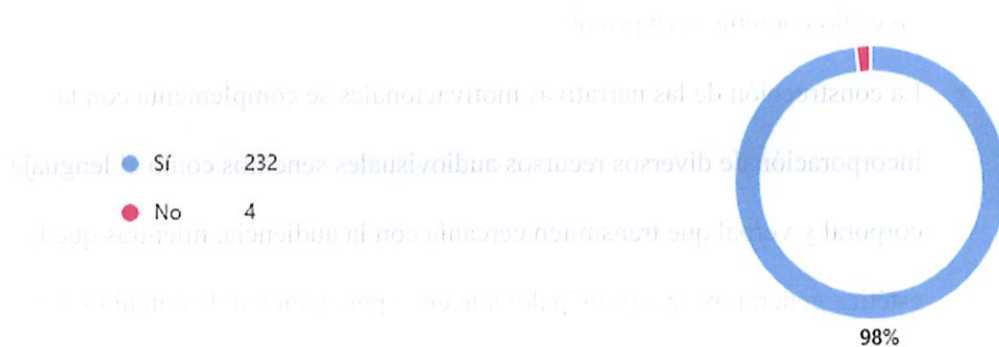
El análisis de los resultados permitió demostrar que tan identificados se sienten las audiencias juveniles con el contenido que comparte Farid Dieck. El 34% de los encuestados Ocasionalmente no se identifican con el contenido, por el contrario, el 59% mayormente se identifican. Esto quiere decir que, aunque el contenido capte la atención, eso no asegura que ellos se identifiquen con la narrativa.

Pregunta 15: ¿Recomendarías los contenidos de Farid Dieck a otras personas?

Figura 8

15. ¿Recomendarías los contenidos de Farid Dieck a otras personas?

[Más detalles](#)



Nota: recuperado de las estadísticas de Microsoft Forms

En relación a la fidelización de audiencias juveniles, se analizó la siguiente pregunta permitiendo identificar el nivel de lealtad hacia el creador, teniendo como resultado que el 98% de los encuestados Sí recomendarían los contenidos de Farid Dieck a otras personas, en cambio el otro 2% No lo recomendaría.

Conclusiones

- Las narrativas motivacionales que utiliza Farid Dieck se presentan de forma sencilla y clara, incluyendo los relatos inspiradores, citas de otros autores y el recurso de dirigirse al oyente en segunda persona. Estos elementos esenciales logran que los contenidos se perciban con autenticidad y cercanía, definiendo un estilo comunicativo propio.
- La construcción de las narrativas motivacionales se complementa con la incorporación de diversos recursos audiovisuales sencillos como el lenguaje corporal y verbal que transmiten cercanía con la audiencia, mientras que la estética general influye principalmente en la percepción del contenido para captar la atención de los jóvenes.
- Las audiencias jóvenes son más receptivas a las narrativas motivacionales cuando se logra integrar recursos de forma armónica y limpia, reforzando la captación de su atención y su posible fidelización. Este estudio permitió identificar los recursos audiovisuales como textos e imágenes como fundamentales para mantener la atención a lo largo del contenido, mientras que, por otro lado, la forma de expresión de su creador es esencial para reforzar el mensaje que se transmite. La estética general como la elección de un escenario único y recurrente para ese tipo de narraciones, genera una sensación de confianza con la audiencia.
- Es importante señalar que, la implementación de los recursos analizados no asegura que los espectadores se identifiquen totalmente con el contenido, pero que sí pueden favorecer a la fidelización de las audiencias como se refleja en las respuestas obtenidas en la pregunta #15, donde el público

encuestado reconoce estar dispuesta a recomendar mayoritariamente el contenido de Farid Dieck a otras personas.

Elaboración de la encuesta: Se elaboró una encuesta de opinión para los jóvenes de la ciudad de Bogotá, D.C., con el fin de conocer su percepción sobre el contenido de la encuesta de Farid Dieck y su disposición a recomendarlo a otras personas.

• **Eso Estratégico de Recursos Audiovisuales:** Dado que la audiencia juvenil

tiene la "sensibilidad" y la "conciencia", se sugiere evitar la sobreestimulación visual, reduciendo la velocidad de la imagen y la velocidad de los cambios de imagen, para evitar la saturación visual y la pérdida de la atención.

• **Acciones educativas:** Se sugiere la implementación de acciones educativas

que permitan a la audiencia comprender mejor el contenido de la encuesta y su importancia, así como la necesidad de tomar decisiones responsables y conscientes sobre el uso de la tecnología y los recursos audiovisuales.

• **Acciones de monitoreo y evaluación:** Se sugiere la implementación de

acciones de monitoreo y evaluación que permitan medir el impacto de las acciones educativas y la efectividad de la encuesta, así como la satisfacción de la audiencia y la disposición a recomendarla a otras personas.

• **Incorporación de NeuroMarketing:** Se recomienda el uso de herramientas

de seguimiento ocular (eye-tracking) o análisis de respuestas galvánicas para

Recomendaciones

Recomendaciones para Creadores de Contenido y Comunicadores

- **Implementación de Narrativas:** Se recomienda a los creadores de contenido digital adoptar la estructura narrativa de Farid Dieck, ya que el estudio demuestra que la claridad y la proximidad en el mensaje es el factor principal de fidelización.
- **Uso Estratégico de Recursos Audiovisuales:** Dado que la audiencia juvenil valora la "serenidad" y la "cercanía", se sugiere evitar la sobreestimulación visual (edición excesivamente rápida o cargada de varios elementos visuales) y optar por una estética coherente que refuerce el tono del mensaje motivacional.

2. Recomendaciones Académicas (Líneas de Futura Investigación)

- **Estudios Longitudinales:** Realizar un seguimiento a largo plazo para determinar si la fidelización en TikTok se traduce en cambios de comportamiento reales en la audiencia juvenil o si se limita a una interacción superficial dentro de la plataforma.

3. Recomendaciones Metodológicas

- **Triangulación con Métodos Cualitativos:** Para futuras investigaciones se recomienda complementar las encuestas con entrevistas en profundidad o focus group. Esto permitirá entender mejor las percepciones subjetivas de los jóvenes de manera amplia
- **Incorporación de Neuromarketing:** Se recomienda el uso de herramientas de seguimiento ocular (*eye-tracking*) o análisis de respuesta galvánica para

medir con precisión qué elementos visuales de los videos de Dieck generan mayor atención y calma en el usuario.

4. Recomendación de Aplicación Práctica

- **Manual de Buenas Prácticas:** Crear un pequeño manual o guía de comunicación digital basado en los hallazgos de este estudio de caso, que pueda servir como insumo para ONGs o instituciones educativas que deseen conectar con jóvenes de manera efectiva y ética.

Referencias

- Ayeni, A. A., Bisschoff, C. A., Sekhampu, J., Lekunze, J., & Ayeni, E. (2024). Interactive Marketing: A Systematic Review and Research Agenda. *F1000Research*, 13, 1383. <https://doi.org/10.12688/f1000research.156743.1>
- Balduzzi, E. (2017). La capacidad narrativa como fuente de desarrollo de la persona en perspectiva educativa. *Edetania: Estudios y Propuestas Socio-Educativas*, 30174(51), 147–156.
- Ballesteros-Aguayo, L., & Bermúdez Vázquez, M. (Coords.). (2019). *Comunicación digital: retos y oportunidades*. Ediciones Egregius. (ISBN 841727085X).
- Business Insider España. (2021, 15 de octubre). *Cómo analizar el lenguaje corporal para una comunicación afectiva*. <https://www.businessinsider.es/desarrollo-profesional/como-analizar-lenguaje-corporal-comunicacion-afectiva-921215>
- Cárdenas Zeceovich, M. (2021). *Estrategias de difusión musical en TikTok y su impacto en los usuarios de Lima Metropolitana*. Repositorio UPC. https://upc.aws.openrepository.com/bitstream/handle/10757/660729/Zeceovich_CM.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Castro, I., Bertrán de Lis, L., Campos, A., & Genovesi, L. (s. f.). *El color, el contraste y la viralidad en TikTok*. Universidad de Málaga. <https://es.scribd.com/document/652424563/La-viralidad-y-El-Color-en-Tik-Tok-Contraste>
- Castro Torres, F. A. (2022). La comunicación digital como forma de existencia del sujeto contemporáneo. En D. Caldevilla Domínguez, A. M. Botella Nicolás & S. Martínez Martínez (Eds.), *Nuevas tendencias en la comunicación social* (pp. 97–

110). Editorial UOC. Recuperado de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8661517>

Cedeño Vélez, A. M. (2023). *El rol del TikTok en la promoción de artistas musicales ecuatorianos*. Repositorio UCACUE.

<https://dspace.ucacue.edu.ec/items/8ab07339-8778-415f-8534-dccff25b8065>

Cerda V., H. G. (2025). *Uso social del TikTok por parte de adolescentes de la Unidad Educativa Moscu*. Repositorio UNACH.

<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/15495/1/Cerda%20V%2C%20Heidy%20G%20%282025%29.%20Uso%20social%20del%20TikTok%20por%20parte.pdf>

Codina, L. (2025, April 22). Fidelización de audiencias en medios de comunicación.

Lluís Codina. <https://www.lluiscodina.com/audiencias-medios-comunicacion/>

CONGRESO NACIONAL. (2001). LEY DE LA JUVENTUD. In *Registro Oficial* (Vol. 439, pp. 1–7). <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2021-02/LEY%20DE%20LA%20JUVENTUD.pdf>

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar. (2023). *La comunicación no verbal y su impacto en los procesos comunicativos* (Artículo 2914).

<https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/2914/4625>

Chen, J. (2024). Application of audiovisual language on the TikTok platform and analysis of its communication effect. *Advances in Social Behavior Research*, 11(1), 33–40. <https://doi.org/10.54254/2753-7102/11/2024104>

DataReportal. (2024). *Digital 2024: Global Overview Report*. DataReportal.

<https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>

Del Alcázar, J. (2025). Ecuador Estado Digital. *Mentinno – Innovation & Lifetime*

Value Partners, 49. <https://www.formaciongerencial.com/estadodigitalecuador/>

Di Pietro, A., & De Ponti, J. R. (2023). Encuadre: los factores de la imagen y el sonido. En J. R. De Ponti (Coord.), *Diseño de comunicación audiovisual: Componentes, procedimientos y procesos* (pp. 35–59). Editorial de la Universidad Nacional de La Plata (EDULP).

Díaz Oyarce, C. (2019). *La presencia de elementos de conexión en las producciones narrativas escritas en una muestra de escolares de Santiago de Chile*. **Revista Signos. Estudios de Lingüística**, 52(101), 736-758.

<https://doi.org/10.4067/S0718-09342019000300736>

Falconí Monard, D. N., & Argudo Palomeque, F. V. (2025). Analysis of digital narratives of Tiktok male influencers and its influence on content viralization. *Runas. Journal of Education and Culture*, 6(11), e250227.

<https://doi.org/10.46652/runas.v6i11.227>

García Canclini, N. (2023). Estética e imagen fotográfica. *Boletín de Estética*, 64, 87–107. <https://doi.org/10.36446/be.2023.64.363>

García Herrera, D. A. (2023). *Consumo musical y participación juvenil en TikTok*. Repositorio UCE.

<https://www.dspace.uce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/c9eb9dbf-88fb-4e6c-8b79-6123db03b1af/content>

Gutiérrez Arenas, M. del P., Díaz Pareja, E. M., Ramírez García, A., & García Rojas, A. D. (2024). Motivaciones y contradicciones en el uso de las redes sociales en estudiantes universitarios. *Revista De Comunicación*, 23(1), 259-278.

<https://doi.org/10.26441/RC23.1-2024-3425>

Gandy Tobar Muso, N., & Enríquez Fierro, C. S. (2025). *Impacto del storytelling como estrategia persuasiva en marketing digital*. **RUNAS**, 6(12), e250290.

<https://doi.org/10.46652/runas.v6i12.290>

Gómez-López, J. C., & Mera-Sornoza, M. B. (2023). *La evolución de la comunicación humana en las plataformas digitales*. **Polo del Conocimiento**, 8(1), 632–646. DOI: 10.23857/pc.v8i1

Hermann-Acosta, A., & Perez-Garcias, A. (2019, 25 noviembre). *Narrativas digitales, relatos digitales y narrativas transmedia. Revisión sistemática de literatura en educación en el contexto iberoamericano*.

<https://www.revistaespacios.com/a19v40n41/19404105.html>

Hidrobo Nina, G. del P., & Mena Clerque, S. E. (2025). Impacto de la comunicación digital en la gestión de crisis institucional. *Pacha. Revista de Estudios Contemporáneos Del Sur Global*, 6(17), e250364.

<https://doi.org/10.46652/pacha.v6i17.364>

Hütt Herrera, H. (2012). Las redes sociales: Una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones*, 91(2), 121–128.

Iglesias Cruz, A. Z., & Quintana Paz, N. (2025). Informative Narrative in Social Media of Private TV Channels in Spain: Study of Informative Profiles on Instagram and TikTok. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review Revista Internacional De Cultura Visual*, 17(2), 299–314.

<https://doi.org/10.62161/revvisual.v17.5767>

Jakobson, R. (1960). *Closing statement: Linguistics and poetics*. 350–377.

https://monoskop.org/images/archive/8/84/20141028191454!Jakobson_Roman_1960_Closing_statement_Linguistics_and_Poetics.pdf

Jenkins, Henry, 1958-. (2006). *Convergence culture : where old and new media collide*. New York :New York University Press

Jimenez, Valme. (2024, 5 de septiembre). *Descubre qué son las técnicas narrativas y sus tipos*. Blog BabidiBú Libros. <https://www.babidibulibros.com/blog/tecnicas-narrativas-y-sus-tipos/>

Kemp, S. (2024, January 31). *Digital 2024: Global Overview Report*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>

Kleinson. (2023). *Lenguaje corporal para conquistar al público*. <https://www.kleinson.es/lenguaje-corporal-para-conquistar-al-publico/>

Macías Carrasco, L. A., & Vayas Ruiz, G. R. (2025). Emociones y viralidad: Estrategias de creadores de contenido en TikTok. *Arandu UTIC*, 8(1), 2364–2377. <https://doi.org/10.55897/arandu.v8i1.1071>

Marcano, J. (2022). *Lenguajes digitales y estrategias de comunicación en redes sociales: El caso TikTok*. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 13(2), 45–59. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9238339.pdf>

Mardones Cáceres, N. (2024). *Manual de creación cinematográfica* (3.ª ed.).

Programa Escuela al Cine, Cineteca Nacional de Chile.

Maslow, A. (1943). *A theory of human motivation*. Psycnet.apa.org.

<https://psycnet.apa.org/doiLanding?doi=10.1037%2Fh0054346>

Matei, S. A., & Hunter, L. (2021). Data storytelling is not storytelling with data: A framework for storytelling in science communication and data

journalism. *The Information Society*, 37(5), 312–322.

<https://doi.org/10.1080/01972243.2021.1951415>

Miccio, V. (2022). Iluminación: técnica y expresividad. En J. R. De Ponti (Coord.), *Diseño de comunicación audiovisual: Componentes, procedimientos y procesos*. Editorial de la Universidad Nacional de La Plata (EDULP).

Muñoz-Gallego, A., Giri, L., Nahabedian, J. J., & Rodríguez, M. (2024).

Audiovisual Narratives on Tik Tok: New Challenges for Public Communication of Science and Technology. *Revista Mediterranea de Comunicacion*, 15(1), 145–161. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.25481>

Nasar, M. (2023). Web 3.0: A Review and its Future. *International Journal of Computer Applications*, 185(10), 41–46.

<https://doi.org/10.5120/ijca2023922776>

Naranjo Pereira, M. L. (2009). *Motivación: perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo*. Educación, 33(2), 153-170. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/440/44012058010.pdf>

Nivoria. (2024, December 19). *Cómo utilizar el storytelling para conectar con tu audiencia digital - Nivoria*. Nivoria. <https://nivoria.com/como-utilizar-el-storytelling-para-conectar-con-tu-audiencia-digital/>

NPR – National Public Radio. (2024, 31 de enero). *Exploring how content creators speak on TikTok — it's known as "influencer speak"*.

<https://www.npr.org/2024/01/31/1228067629/exploring-how-content-creators-speak-on-TikTok-it-s-known-as-influencer-speak>

Ortegón Cortázar, L. (2024, noviembre 20). ¿Por qué los jóvenes eligen a sus 'influencers' favoritos en TikTok? *El Tiempo*.

<https://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/por-que-los-jovenes-eligen-a->

[sus-influencers-favoritos-en-TikTok-3401627](#)

Quezada Tello, M., & Ávila, C. (2024). Comunicación digital y entidades culturales: Análisis de contenido de la propuesta comunicacional de museos en la ciudad de Cuenca, Ecuador. *GIGAPP Estudios Working Papers*, 10(273-281), 483-506. Recuperado a partir de <https://www.gigapp.org/ewp/index.php/GIGAPP-EWP/article/view/338>

Radovanović, A. (2022). *TikTok and sound: Changing the ways of creating, promoting, distributing and listening to music*. In **Proceedings of the International Society for Music Information Retrieval Conference (ISMIR 2022)**. ResearchGate. <https://www.researchgate.net/publication/366381621>

Ruiz, M. A. S., Chisag, N. V. C., & Rodríguez, M. K. H. (2023). Narrativas Digitales: Recurso Motivacional Para Estudiantes Adultos Con Rezago Educativo: Digital Narratives: Motivational resource for adult students with educational lag. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(1), 1968-1981–1968–1981. <https://latam.redilat.org/index.php/lt/article/view/391/3986%0Ahttps://latam.redilat.org/index.php/lt/article/view/391>

Rodríguez Ortiz, A. M. (2020). *La narrativa como un método para la construcción y expresión del conocimiento en la investigación didáctica*. **Sophia**, 16(2), 183-195.

Secretaría de Cultura de la Ciudad de México – Procine CDMX. (2020). *Manual de introducción al lenguaje audiovisual* [Guía para la producción audiovisual

comunitaria]. Fideicomiso para la Promoción y Desarrollo del Cine Mexicano en la Ciudad de México.

ScienceDirect. (2025). [Artículo sobre comunicación digital y expresión audiovisual].

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1447677025000543>

Siavichay-Márquez, A. C., & Guamán-Luna, M. M. (2022). Storytelling to Improve Speaking Skills. *EPISTEME KOINONIA*, 5(9), 105.

<https://doi.org/10.35381/e.k.v5i9.1665>

Soria, C. (2022). Panorámica de la narrativa audiovisual contemporánea: hacia una definición de post-serialidad. *Caiana*, 21, 61–72.

Solís Ruiz, M. A., Cambo Chisag, N. V., & Hidalgo Rodríguez, M. K. (2023).

Narrativas digitales: Recurso motivacional para estudiantes adultos con rezago educativo. *LATAM. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(1), 1968–1981. <https://doi.org/10.56767/latam.v4i1.391>

Terradez Álvarez, N. (2020). *Tik Tok: una exploración sobre la difusión de los estereotipos sociales*. <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/42968>

Urgiles Alvarez, M. P. (2022). Narrativas digitales como recurso educativo – motivacional para la enseñanza de estudiantes adultos: una propuesta desde la andragogía. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(6), 116–129. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i6.3474

United Nations. (n.d.). *Juventud | Naciones Unidas*. <https://www.un.org/es/global-issues/youth>

Universidad de Chile. (2023). *Explorando la customización del cuerpo en TikTok*. Repositorio Académico de la Universidad de Chile.

<https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/207505>

Universidad La Gran Colombia. <https://www.scielo.org.co/pdf/sph/v16n2/1794-8932-sph-16-02-183.pdf>

Vázquez-Atochero, A., & Ledo-Díaz, A. (2024). Importancia de visualizar el mensaje extraído con minería y ciencia de datos. Storytelling con enfoque mixto para comunicación efectiva. *Infonomy*, 2(3), 1–20. <https://doi.org/10.3145/infonomy.24.036>

Vélez, J. (2025). *Análisis de la comunicación tradicional en la difusión de contenidos en los procesos de admisión de la Universidad Técnica de Manabí*. *Reincisol*, 4(7), 1268–1282. [https://doi.org/10.59282/reincisol.V4\(7\)1268-1282](https://doi.org/10.59282/reincisol.V4(7)1268-1282)

Vintimilla Luzuriaga, M. R., & Erazo Álvarez, J. P. (2025). Impacto de las estrategias de contenido interactivo en TikTok en la participación universitaria. *RUNAS. Journal of Education and Culture*, 6(12), e250238. <https://doi.org/10.46652/runas.v6i12.238>

Virós-Martín, C., Ramasco, L., Haya, F., Martín-Menéndez, S., & Guerrero, J. I. (2025). Adolescentes, TikTok e Instagram: Percepciones sobre el impacto de las tecnologías digitales en la vida social. *Revista de Comunicación*, 24(1). <https://revistadecomunicacion.com/article/view/3774/2977>

Anexos

Anexo 1 – Tablas

Tabla 6

FICHA DE ANÁLISIS INTEGRAL DE PATRONES				
NARRATIVA				
Subcategoría	Resultados (frecuencia)			
Tema	Diversos temas que se relacionan a procesos emocionales y reflexivos			
Tipo	3 superación	4 inspiracional	2 motivacional reflexiva	
Elementos discursivos	7 segunda persona	2 tercera persona	1 interrogante	5 citas de autores
Intención del mensaje	5 acompañamiento y validación emocional	2 empoderamiento personal	2 introspectiva	

Nota: Elaboración propia

Tabla 7

FICHA DE ANÁLISIS INTEGRAL DE PATRONES			
AUDIOVISUAL			
Subcategoría	Resultados (frecuencia)		
Texto	9 tipografía básico		
Imágenes	6 no		3 Si
Efectos de sonidos	4 máquina de escribir	3 ninguno	2 cambio de imágenes
Música	6 inspiracional	1 superación	2 motivacional

Nota: Elaboración propia

Tabla 8

FICHA DE ANÁLISIS INTEGRAL DE PATRONES			
LENGUAJE CORPORAL/VERBAL			
Subcategoría	Resultados (frecuencia)		
Tono de voz	9 suave		
Gestos	9 Gestos reguladores		
Expresiones faciales	4 expresivos/afectivos	5 expresión serena,	
Miradas o contacto visual	9 mirada directa		
Postura	7 torso inclinado	2 torso erguido	1 torso semi-inclinado

Nota: Elaboración propia

Tabla 9

FICHA DE ANÁLISIS INTEGRAL DE PATRONES	
ESTÉTICA GENERAL	
Subcategoría	Resultados (frecuencia)
Colores	9 neutros
Entorno o ambiente	9 fondo minimalista desenfocado
Iluminación	9 cálidos y fríos
Planos/ángulos	9 Plano medio corto

Nota: Elaboración propia

Tabla 10

FICHA DE OBSERVACIÓN		
Objetivo: Analizar las narrativas motivacionales del contenido de Farid Dieck y su influencia en la fidelización de audiencias juveniles en TikTok.		
Título del video: Asumir responsabilidades que no te correspondían.		
Fecha: 12 de agosto del 2025		Duración: 49 segundos
# de reproducción 33 mill	# de Me gustas 4.1 mill	# de comentarios 13.4 K
Categoría	Subcategoría	Descripción
Narrativa	Tema	Sobrecarga de roles en el entorno familiar o amistades
	Tipo	Superación
	Elementos discursivos	Usa un tono empático, dirigido en segunda persona. Emplea recursos persuasivos para generar identificación.
	Intención del mensaje	Ofrecer soporte emocional y aliviar la carga emocional al reconocer su historia de vida ante el esfuerzo vivido en su juventud
Lenguaje corporal y verbal	Tono de voz	Empático, reflexivo, motivacional
	Gestos	Gestos reguladores como inclinación de cabeza para reforzar lo que dice, manos entrelazadas con movimientos sutiles.
	Expresiones faciales	Expresivos/afectivos su expresión facial es empática, hace un levantamiento ligero de cejas y guiña el ojo de que comprende la situación del otro

	Miradas o contacto visual	Mirada directa vinculándose con el espectador
	Postura	Relajada con el torso inclinado transmitiendo cercanía
	Texto o subtítulos	Son sutiles, en todo el video se presenta con un estilo básico, trazo en negrilla y color del texto blanco, tipografía básica.
	Elementos audiovisuales	
	Imágenes	No
	Música	Inspiracional con tonalidad suave
	Efectos de sonidos	De máquina de escribir en frases esenciales.
Estética general	Colores	Neutros. En frases esenciales utiliza un filtro color negro para resaltar la frase
	Entorno o ambiente	Paredes sin distracciones, solo se observa como si fuera una sala con desenfoque
	Iluminación	Normal con la combinación de cálida y fría, dando un equilibrio de suavidad que permiten ver las expresiones
	Planos/ángulos	Plano medio corto. En partes del video se visualiza zoom de cámara.
Análisis de la observación: Los recursos que emplea el creador de contenido es hablar sobre el tema de sobrecargas en entorno familiar, caracterizada por ser tipo superación lo cual genera una conexión con el espectador por generar una identificación a través de su discurso empático. De esta manera, su discurso utiliza un tono calmado acompañado de gestos reguladores que acompañan el discurso sin distracción. El contacto visual y su postura refuerzan esa cercanía. Y los elementos audiovisuales en conjunto a la estética general proporcionan una armonía visual y sonora que le dan un mayor impacto con la audiencia que hacen que envuelvan al espectador. En conjunto, estos recursos permiten transmitir una sensación de serenidad, empatía y		

apoyo, fortaleciendo el impacto emocional del contenido y haciendo que la audiencia se identifique y sienta que el creador de contenido está hablando con ellos.

FICHA DE OBSERVACIÓN

Nota: Elaboración propia

Categoría		Subcategoría	Descripción
Temas	Tema	El significado de los sueños	
	Tipo	Inspiracional	
Valores	Valores	El amor incondicional	
	Valores	El respeto	
Experiencias	Experiencias	El amor incondicional	
	Experiencias	El respeto	
Expresiones faciales	Expresiones faciales	El amor incondicional	
	Expresiones faciales	El respeto	

Tabla 11

FICHA DE OBSERVACIÓN		
Objetivo: Analizar las narrativas motivacionales del contenido de Farid Dieck y su influencia en la fidelización de audiencias juveniles en TikTok.		
Título del video: ¿Te ha pasado que sueñas algo que te hace sentir bien, y aunque solo haya sido un sueño?		
Fecha: 19 de agosto del 2025		Duración: 1 minuto 19 segundos
# de reproducción 8.7 mill	# de Me gustas 1.4 mill	# de comentarios 4042
Categoría	Subcategoría	Descripción
Narrativa	Tema	El significado de los sueños
	Tipo	Inspiracional
	Elementos discursivos	Usa un tono empático, dirigido en segunda persona. Emplea interrogantes y ejemplos que ayudan a la identificación del espectador.
	Intención del mensaje	Validar una experiencia emocional y generar vínculo con el espectador pretendiendo tener una explicación sobre los sueños
Lenguaje corporal y verbal	Tono de voz	Suave y melódico
	Gestos	Gestos reguladores como movimientos sutiles de cabeza para reforzar lo que dice, movimientos de manos coordinados con lo que dice para reforzar el mensaje
	Expresiones faciales	Expresivos/afectivos su expresión facial es explicativa, hace un levantamiento ligero de cejas, el abrir los ojos combina con lo que dice, entrecierra los ojos y frunce

		sutilmente las cejas al preguntar.
	Miradas o contacto visual	Mirada directa vinculándose con el espectador
	Postura	Relajada con el torso inclinado transmitiendo cercanía
Elementos audiovisuales	Texto o subtítulos	Son sutiles, en todo el video se presenta con un estilo básico, trazo en negrilla y color del texto blanco, tipografía básica
	Imágenes	No
	Música	Inspiradora con tonalidad de superación
	Efectos de sonidos	Ninguno
Estética general	Colores	Neutros
	Entorno o ambiente	Paredes sin distracciones, solo se observa como si fuera una sala con desenfoque
	Iluminación	Normal con la combinación de cálida y fría, dando un equilibrio de suavidad que permiten ver las expresiones
	Planos/ángulos	Plano medio corto.
Análisis de la observación: Los recursos que utiliza el creador de contenido es un tema de explicar los significados de los sueños con la implementación de interrogantes y ejemplos, caracterizada por ser tipo motivadora-reflexiva lo cual genera una conexión con el espectador por generar una identificación a través de su discurso empático. De esta manera, su discurso utiliza un tono suave y melódico acompañado de gestos reguladores que acompañan el discurso sin distracción. El contacto visual y su postura refuerzan esa cercanía. Y los elementos audiovisuales en conjunto a la estética general proporcionan una armonía visual y sonora que le dan un mayor impacto con la audiencia que hacen que envuelvan al espectador. En conjunto, estos recursos permiten transmitir una sensación de tener respuesta ante situaciones que pasan los espectadores con un enfoque empático y de apoyo, fortaleciendo el impacto emocional del contenido		

Nota: Elaboración propia

Tabla 12

FICHA DE OBSERVACIÓN		
Objetivo: Analizar las narrativas motivacionales del contenido de Farid Dieck y su influencia en la fidelización de audiencias juveniles en TikTok.		
Título del video: Si eliges un lado de la calle o el otro, estás seguro.		
Fecha: 2 de septiembre del 2025		Duración: 54 segundos
# de reproducción 2.7mill	# de Me gustas 358.6 K	# de comentarios 4042
Categoría	Subcategoría	Descripción
Narrativa	Tema	Autodescubrimiento y determinación
	Tipo	Inspiracional
	Elementos discursivos	Usa un tono empático y comprensible, dirigido en segunda persona. Emplea citas de frases de autores.
	Intención del mensaje	Empoderamiento por medio de las acciones
Lenguaje corporal y verbal	Tono de voz	Suave y énfasis en palabras oportunas
	Gestos	Gestos reguladores como movimientos sutiles de cabeza para reforzar lo que dice, movimientos de manos coordinados con lo que dice para reforzar el mensaje.
	Expresiones faciales	Expresivos/afectivos su expresión facial es explicativa, hace un levantamiento ligero de cejas, entrecierra los ojos y los abre en momentos adecuados, el acompañamiento de la gestualidad de los labios con la narrativa.
	Miradas o contacto visual	Mirada directa vinculándose con el espectador

	Postura	Relajada con el torso inclinado transmitiendo cercanía
Elementos audiovisuales	Texto o subtítulos	Son sutiles, en todo el video se presenta con un estilo básico, trazo en negrilla y color del texto blanco, tipografía básica
	Imágenes	Si
	Música	Inspiradora con tonalidad de superación en partes del video, no en todo.
	Efectos de sonidos	Máquina de escribir.
Estética general	Colores	Neutros
	Entorno o ambiente	Paredes sin distracciones, solo se observa como si fuera una sala con desenfoque.
	Iluminación	Normal con la combinación de cálida y fría, dando un equilibrio de suavidad que permiten ver las expresiones
	Planos/ángulos	Plano medio corto. En partes del video se visualiza zoom de cámara.
Análisis de la observación: Los recursos que utiliza el creador de contenido es una estructura de narrativa coherente con la implementación citas de frases de autores, caracterizada por ser tipo motivadora-reflexiva lo cual genera una conexión con el espectador con la finalidad de comprender un tema y tome decisiones. De esta manera, su narrativa utiliza un tono suave acompañado de gestos reguladores que acompañan el discurso sin distracción. El contacto visual y su postura refuerzan esa cercanía. Y los elementos audiovisuales en conjunto a la estética general proporcionan una armonía visual y sonora que le dan un mayor impacto con la audiencia que hacen que envuelvan al espectador. En conjunto, estos recursos permiten transmitir una sensación de tener respuesta ante situaciones que han pasado los espectadores al tener un enfoque empático y de apoyo fortaleciendo el impacto emocional del contenido e identificando con la narrativa al percibir en el creador de contenido se está dirigiendo a ellos.		

Tabla 13

FICHA DE OBSERVACIÓN		
Objetivo: Analizar las narrativas motivacionales del contenido de Farid Dieck y su influencia en la fidelización de audiencias juveniles en TikTok.		
Título del video: “A alguien que fue importante no se le olvida, como si nunca hubiera existido... simplemente, se deja de atender.”		
Fecha: 7 de septiembre del 2025		Duración: 31 segundos
# de reproducción 4.4 mill	# de Me gustas 654.6 K	# de comentarios 1392
Categoría	Subcategoría	Descripción
Narrativa	Tema	Desapego y la evolución de sanar
	Tipo	Superación personal y reflexiva
	Elementos discursivos	Usa un tono empático y comprensible, dirigido en segunda persona. Emplea cita de dos escritores
	Intención del mensaje	Normalizar el cerrar ciclos
Lenguaje corporal y verbal	Tono de voz	Reflexivo con suavidad y énfasis en palabras oportunas que transmiten un llamado a la acción
	Gestos	Gestos reguladores como movimientos sutiles de cabeza para reforzar lo que dice, movimientos de manos coordinados con lo que dice para reforzar el mensaje.
	Expresiones faciales	Su expresión facial acompaña con la coherencia de las palabras, hace un levantamiento ligero de cejas, mantiene los ojos fijos y es poco el parpadeo, el acompañamiento de la gestualidad de los labios con la narrativa, todo esto

Elementos audiovisuales		asegura que hace alusión a la comprensión del tema explicado. Sus expresiones son menos enfatizadas y más serenas.
	Miradas o contacto visual	Mirada directa vinculándose con el espectador
	Postura	Relajada con el torso erguido transmitiendo seriedad y seguridad
	Texto o subtítulos	Son sutiles, en todo el video se presenta con un estilo básico, trazo en negrilla y color del texto blanco, tipografía básica, al colocar un fondo oscuro se utiliza tipografía básica de color blanco sin trazo, para dar notabilidad en la cita de autor intermedia y en la última frase.
	Imágenes	No
	Música	Superación
	Efectos de sonidos	Al hacer el cambio de color del texto se utiliza el efecto de máquina de escribir
Estética general	Colores	Neutros. En frases esenciales utiliza un filtro color negro para resaltar la frase
	Entorno o ambiente	Paredes sin distracciones, solo se observa como si fuera una sala con desenfoque.
	Iluminación	Normal con la combinación de cálida y fría, dando un equilibrio de suavidad que

		permiten ver las expresiones
	Planos/ángulos	Plano medio corto. En partes del video se visualiza zoom.
Análisis de la observación: Los recursos que utiliza el creador de contenido es temas de desapego con la implementación citas de autores, caracterizada por ser tipo superación personal-reflexiva lo cual genera una conexión con el espectador con la finalidad de comprender el tema esencial y analizar la situación que pasa el espectador. De esta manera, su narrativa utiliza un tono de voz suave acompañado de gestos reguladores que acompañan el discurso sin distracción. El contacto visual y su postura refuerzan esa cercanía y seguridad. Y los elementos audiovisuales en conjunto a la estética general proporcionan una armonía visual y sonora que le dan un mayor impacto con la audiencia que hacen que envuelvan al espectador porque transmiten confianza, comodidad y relajación. En conjunto, estos recursos permiten transmitir una sensación de tener respuesta ante situaciones a través de sus mensajes y comprender que con tener una estructura de narrativa sencilla que se combina con la utilización de recursos audiovisuales, lenguaje corporal y no verbal, y estética general aportan que el consumidor tenga una experiencia serena, con mayor facilidad de comprensión y cercanía.		
Nota: Elaboración propia		

Tabla 14

FICHA DE OBSERVACIÓN		
Objetivo: Analizar las narrativas motivacionales del contenido de Farid Dieck y su influencia en la fidelización de audiencias juveniles en TikTok.		
Título del video: “Hace años lo dije, pero nunca está de más recordarlo.”		
Fecha: 9 de septiembre del 2025		Duración: 16 segundos
# de reproducción 29.5 mill	# de Me gustas 3.50 mill	# de comentarios 6553
Categoría	Subcategoría	Descripción
Narrativa	Tema	Autoconciencia para el cambio personal
	Tipo	Motivacional-reflexiva
	Elementos discursivos	Usa un tono empático y comprensible, dirigido en segunda persona.
	Intención del mensaje	Reflexione y entienda lo mejor que debe de hacer o pensar.
Lenguaje corporal y verbal	Tono de voz	Suave y énfasis en palabras oportunas.
	Gestos	Gestos reguladores como movimientos sutiles de cabeza para reforzar lo que dice, movimientos de manos coordinados con lo que menciona para reforzar el mensaje.
	Expresiones faciales	Su expresión facial acompaña con la coherencia de las palabras, hace un levantamiento ligero de cejas, entrecierra los ojos y los abre en momentos adecuados, el acompañamiento de la gestualidad de los labios con la narrativa, todo esto asegura que hace alusión a la

		comprensión del tema explicado
	Miradas o contacto visual	Mirada directa vinculándose con el espectador
	Postura	Relajada con el torso inclinado transmitiendo cercanía y confianza
Elementos audiovisuales	Texto o subtítulos	Son sutiles, en todo el video se presenta con un estilo básico, trazo en negrilla y color del texto blanco, tipografía básica, al colocar un fondo oscuro se utiliza tipografía básica de color blanco sin trazo, para dar notabilidad en la última frase.
	Imágenes	No
	Música	Motivacional
	Efectos de sonidos	Al hacer el cambio de color del texto se utiliza el efecto de máquina de escribir
Estética general	Colores	Neutros. En frases esenciales utiliza un filtro color negro para resaltar la frase
	Entorno o ambiente	Paredes sin distracciones, solo se observa como si fuera una sala con desenfoque.
	Iluminación	Normal con la combinación de cálida y fría, dando un equilibrio de suavidad que permiten ver las expresiones
	Planos/ángulos	Plano medio corto. En partes del video se visualiza zoom.

Análisis de la observación:

Los recursos que utiliza el creador de contenido es tema de autoconciencia de que no se puede cambiar a las personas con la implementación de una frase que ha mencionado anteriormente, caracterizada por ser tipo motivadora-reflexiva lo cual genera una conexión con el espectador con la finalidad de comprender el tema esencial y analizar la situación que pasa el espectador. De esta manera, su narrativa utiliza un tono suave acompañado de gestos reguladores que acompañan el discurso sin distracción. El contacto visual y su postura refuerzan esa cercanía. Y los elementos audiovisuales en conjunto a la estética general proporcionan una armonía visual y sonora que le dan un mayor impacto con la audiencia que hacen que se envuelvan al espectador porque transmiten confianza, comodidad y relajación, causando esa cercanía. En conjunto, estos recursos permiten transmitir una sensación de tener respuesta ante situaciones que pasan los espectadores con un enfoque empático y de apoyo, fortaleciendo el impacto emocional del contenido al percibir identificación con lo que explica el narrador.

Nota: Elaboración propia

Tabla 15

FICHA DE OBSERVACIÓN		
Objetivo: Analizar las narrativas motivacionales del contenido de Farid Dieck y su influencia en la fidelización de audiencias juveniles en TikTok.		
Título del video: Quiero hablar de todo con al menos una persona, como hablo conmigo mismo		
Fecha: 13 de septiembre del 2025		Duración: 31 segundos
# de reproducción 6.7mill	# de Me gustas 905 K	# de comentarios 2774
Categoría	Subcategoría	Descripción
Narrativa	Tema	Necesidad de ser escuchado y sin perjuicios
	Tipo	Inspiracional
	Elementos discursivos	Usa un tono empático y comprensible, dirigido en segunda persona. Emplea cita de un escritor
	Intención del mensaje	Invitar a la escucha activa y de ser escuchado
Lenguaje corporal y verbal	Tono de voz	Suave y énfasis en palabras oportunas que transmiten calma
	Gestos	Gestos reguladores como movimientos sutiles de cabeza para reforzar lo que dice, movimientos de manos coordinados con lo que dice para reforzar el mensaje.
	Expresiones faciales	Su expresión facial acompaña con la coherencia de las palabras, hace un levantamiento ligero de cejas, entrecierra los ojos y los abre en momentos adecuados, el acompañamiento de la gestualidad de los labios con la narrativa, todo esto asegura que hace

		alusión a la comprensión del tema explicado
	Miradas o contacto visual	Mirada directa vinculándose con el espectador
	Postura	Relajada con el torso inclinado transmitiendo cercanía y confianza
Elementos audiovisuales	Texto o subtítulos	Son sutiles, en todo el video se presenta con un estilo básico, trazo en negrilla y color del texto blanco, tipografía básica.
	Imágenes	No
	Música	Inspiradora con tonalidad de comprensión y de seguir adelante.
	Efectos de sonidos	No
Estética general	Colores	Neutros.
	Entorno o ambiente	Paredes sin distracciones, solo se observa como si fuera una sala con desenfoque.
	Iluminación	Normal con la combinación de cálida y fría, dando un equilibrio de suavidad que permiten ver las expresiones
	Planos/ángulos	Plano medio corto. En partes del video se visualiza zoom.

Análisis de la observación:

Los recursos que utiliza el creador de contenido es un tema de la necesidad de ser escuchado y sin perjuicios con la implementación citas de autores, caracterizada por ser tipo inspiracional lo cual genera una conexión con el espectador con la finalidad de comprender el tema esencial y analizar la situación que pasa el espectador. De esta manera, su narrativa utiliza un tono de voz suave acompañado de gestos reguladores que acompañan el discurso sin distracción. El contacto visual y su postura refuerzan esa cercanía. Y los elementos audiovisuales en conjunto a la estética general proporcionan una armonía visual y sonora que le dan un mayor impacto con la audiencia que hacen que envuelvan al espectador porque transmiten confianza, comodidad y relajación. En conjunto, estos recursos permiten transmitir una sensación de tener respuesta o comprender por qué ante situaciones que pasan los espectadores al tener un enfoque empático y de apoyo, fortaleciendo el impacto emocional del contenido y que la audiencia se identifique con el narrador.

Nota: Elaboración propia

Tabla 16

FICHA DE OBSERVACIÓN		
Objetivo: Analizar las narrativas motivacionales del contenido de Farid Dieck y su influencia en la fidelización de audiencias juveniles en TikTok.		
Título del video: “A veces esperamos certezas para dar un paso.”		
Fecha: 20 de septiembre del 2025		Duración: 45 segundos
# de reproducción 2.8 mill	# de Me gustas 335 K	# de comentarios 625
Categoría	Subcategoría	Descripción
Narrativa	Tema	Aceptación de situaciones sin preguntar el porqué
	Tipo	Motivacional
	Elementos discursivos	Usa un tono empático y comprensible, dirigido en segunda persona. Emplea cita de dos escritores
	Intención del mensaje	Motivar a la perseverancia
Lenguaje corporal y verbal	Tono de voz	Suave y énfasis en palabras oportunas que transmiten calma
	Gestos	Gestos reguladores como movimientos sutiles de cabeza para reforzar lo que dice, movimientos de manos coordinados con lo que dice para reforzar el mensaje.
	Expresiones faciales	Su expresión facial acompaña con la coherencia de las palabras, hace un levantamiento ligero de cejas, mantiene los ojos fijos y es poco el parpadeo, el acompañamiento de la gestualidad de los labios con la narrativa, todo esto asegura que hace

Elementos audiovisuales		alusión a la comprensión del tema explicado. Sus expresiones son menos enfatizadas y más serenas.
	Miradas o contacto visual	Mirada directa vinculándose con el espectador
	Postura	Relajada con el torso erguido transmitiendo seriedad y seguridad
	Texto o subtítulos	Son sutiles, en todo el video se presenta con un estilo básico, trazo en negrilla y color del texto blanco, tipografía básica, al colocar un fondo oscuro se utiliza tipografía básica de color blanco sin trazo, para dar notabilidad en la cita de autor intermedia y en la última frase.
	Imágenes	No
	Música	Motivacional con tonalidad de seguir adelante
	Efectos de sonidos	Al hacer el cambio de color del texto se utiliza el efecto de máquina de escribir
Estética general	Colores	Neutros. En frases esenciales utiliza un filtro color negro para resaltar la frase
	Entorno o ambiente	Paredes sin distracciones, solo se observa como si fuera una sala con desenfoque.
	Iluminación	Normal con la combinación de cálida y fría, dando un equilibrio de suavidad que

Tabla 17

FICHA DE OBSERVACIÓN		
Objetivo: Analizar las narrativas motivacionales del contenido de Farid Dieck y su influencia en la fidelización de audiencias juveniles en TikTok.		
Título del video: Siempre falta algo. Falta lo que no tuvimos, falta lo que deseamos, falta alguien... alguien que ya no está y no puede volver.		
Fecha: 3 de octubre del 2025		Duración: 1 minuto y 2 segundos
# de reproducción 5.7 mill	# de Me gustas 922.1 K	# de comentarios 2460
Categoría	Subcategoría	Descripción
Narrativa	Estructura	Duelo y ausencia
	Tipo	Inspiracional
	Elementos discursivos	Usa un tono empático y comprensible. Usa la tercera persona para involucrar al espectador.
	Intención del mensaje	Razonar acerca de situaciones de la vida, dando como respuestas de alivio ante las situaciones.
Lenguaje corporal y verbal	Tono de voz	Suave con énfasis en palabras oportunas que transmiten calma
	Gestos	Gestos reguladores como movimientos sutiles de cabeza para reforzar lo que dice, no hay movimientos en las manos
	Expresiones faciales	Su expresión facial acompaña con la coherencia de las palabras, hace un levantamiento ligero de cejas, mantiene los ojos fijos y es poco el parpadeo, exageración en al abrir la boca y pronunciar una palabra al dar énfasis, todo esto asegura que

FICHA DE OBSERVACIÓN			hace alusión a la comprensión del tema explicado. Sus expresiones son menos enfatizadas y más serenas.
	Miradas o contacto visual		Mirada directa vinculándose con el espectador
	Postura		Relajada con el torso semi-inclinado transmitiendo comodidad y confianza
	Texto o subtítulos		Son sutiles, en todo el video se presenta con un estilo básico, trazo en negrilla y color del texto blanco, tipografía básica.
	Imágenes		Sí, a partir del segundo 9 se utiliza imágenes de pinturas de óleo, emblemáticas y significativas
	Música		Inspiradora con tonalidad de curiosidad, al hacer la transición de narrador a imágenes se utiliza una música como de cierre de ciclo al cambiar
	Efectos de sonidos		Al utilizar las imágenes se utiliza efecto de cambio de foto,
	Colores		Neutros. Incluso las imágenes utilizadas son de colores fríos y cálidos que transmiten serenidad
	Entorno o ambiente		Paredes sin distracciones, solo se observa como si fuera una sala con desenfoque.
	Iluminación		Normal con la combinación de

		cálida y fría, dando un equilibrio de suavidad que permiten ver las expresiones
	Planos/ángulos	Plano medio corto. En partes del video se visualiza zoom.
Análisis de la observación: Los recursos que utiliza el creador de contenido es tema de duelo y ausencia, caracterizada por ser tipo inspiracional lo cual genera una conexión con el espectador con la finalidad de comprender el tema esencial y analizar la situación que está pasando. De esta manera, su narrativa utiliza un tono de voz suave acompañado de gestos reguladores que acompañan el discurso sin distracción, al contrario, complementan a la narrativa. El contacto visual y su postura refuerzan esa cercanía y seguridad. Y los elementos audiovisuales en conjunto a la estética general proporcionan una armonía visual y sonora como lo hace las imágenes empleadas que dan un mayor impacto a la audiencia que hace que los envuelvan porque transmiten relajación, serenidad y curiosidad. En conjunto, estos recursos permiten transmitir una sensación de tener respuesta ante situaciones a través de sus mensajes y comprender que con tener una estructura de narrativa sencilla que se combina con la utilización recursos audiovisuales, como varias imágenes, lenguaje corporal y no verbal, y estética general aportan que el consumidor tenga una experiencia serena, con mayor facilidad de comprensión y cercanía.		

Nota: Elaboración propia

Tabla 18

FICHA DE OBSERVACIÓN		
Objetivo: Analizar las narrativas motivacionales del contenido de Farid Dieck y su influencia en la fidelización de audiencias juveniles en TikTok.		
Título del video: El alma también se cansa...		
Fecha: 19 de octubre del 2025		Duración: 27 segundos
# de reproducción 19.7 mill	# de Me gustas 2.7 mill	# de comentarios 4047
Categoría	Subcategoría	Descripción
Narrativa	Tema	Resiliencia y la transformación personal
	Tipo	Superación
	Elementos discursivos	Dirigido en tercera persona
	Intención del mensaje	Aliviar las cargas de la vida
Lenguaje corporal y verbal	Tono de voz	Suave y énfasis en palabras oportunas que transmiten calma
	Gestos	Gestos reguladores como movimientos sutiles de cabeza para reforzar lo que dice, no hay movimientos de manos ni cuerpo
	Expresiones faciales	Su expresión facial acompaña con la coherencia de las palabras, hace un levantamiento ligero de cejas, mantiene los ojos fijos y es poco el parpadeo, al pronunciar las palabras hace movimientos sutiles de los labios, todo esto asegura que hace alusión a la comprensión del tema explicado. Sus expresiones son

		menos enfatizadas y más serenas.
	Miradas o contacto visual	Mirada directa vinculándose con el espectador
	Postura	Relajada con el torso inclinado transmitiendo cercanía y tranquilidad
Elementos audiovisuales	Texto o subtítulos	Son sutiles, en todo el video se presenta con un estilo básico, trazo en negrilla y color del texto blanco, tipografía básica.
	Imágenes	Sí, a partir del segundo 2 hasta el 14 se utiliza imágenes de pinturas de óleo, emblemáticas y significativas
	Música	Inspiradora con tonalidad de calma y serenidad
	Efectos de sonidos	Al utilizar las imágenes se utiliza efecto de cambio de foto
Estética general	Colores	Neutros. Incluso las imágenes utilizadas son de colores fríos y cálidos que transmiten serenidad
	Entorno o ambiente	Paredes sin distracciones, solo se observa como si fuera una sala con desenfoque.
	Iluminación	Normal con la combinación de cálida y fría, dando un equilibrio de suavidad que permiten ver las expresiones
	Planos/ángulos	Plano medio corto. En partes del video se visualiza zoom.

	Análisis de la observación:		
	Los recursos que utiliza el creador de contenido es tema de resiliencia y transformación personal, caracterizada por ser tipo de superación lo cual genera una conexión con el espectador con la finalidad aliviar las cargas de la vida. De esta manera, su narrativa utiliza un tono de voz suave y calmado acompañado de gestos reguladores que acompañan el discurso sin distracción, al contrario, complementan a la narrativa. El contacto visual y su postura refuerzan esa cercanía y seguridad. Y los elementos audiovisuales en conjunto a la estética general proporcionan una armonía visual y sonora como lo hace las imágenes empleadas que dan un mayor impacto a la audiencia que hace que los envuelvan porque transmiten relajación, serenidad y curiosidad. En conjunto, estos recursos permiten transmitir una sensación de tener respuesta ante situaciones a través de sus mensajes y comprender que con tener una estructura de narrativa sencilla que se combina con la utilización recursos audiovisuales, como varias imágenes, lenguaje corporal y no verbal, y estética general aportan que el consumidor tenga una experiencia serena, con mayor facilidad de comprensión y cercanía.		
	Nota: Elaboración propia		
	Imágenes	Elementos audiovisuales	
	Música		
	Efectos de sonidos		
	Colores		
	Entorno o ambiente		
	Iluminación	Estética general	
	Planos/ángulos		

Anexos 2 – Encuestas



Las narrativas motivacionales y fidelización de audiencias juveniles en TikTok

Objetivo: Analizar las narrativas motivacionales del contenido de Farid Dieck y su influencia en la fidelización de audiencias juveniles en TikTok.

Instrucciones:

Esta encuesta forma parte de un estudio académico, por lo cual tus respuestas serán anónimas y confidenciales. La encuesta durará entre 3 a 7 minutos. Lee atentamente cada una de las preguntas y señala la opción que mejor represente tu opinión. Gracias por tu tiempo.

1. Edad *

- ☐ 18 años a 21 años
- ☐ 22 años a 24 años

2. Sexo *

- ☐ Femenino
- ☐ Masculino

3. ¿Has visto el contenido de Farid Dieck en TikTok? *

- ☐ Si
- ☐ No

4. ¿Con qué frecuencia visualizas los videos de Farid Dieck? *

- ☐ Todos los días
- ☐ Casi todos los días
- ☐ Ocasionalmente
- ☐ Casi nunca
- ☐ Nunca

5. ¿Desde hace cuánto tiempo sigues su contenido? *

- ☐ Menos de 1 mes
- ☐ 1 a 6 meses
- ☐ 6 a 12 meses
- ☐ Más de 1 año

6. ¿Crees que los videos de Farid Dieck tienen una estructura lógica con inicio, desarrollo y desenlace? *

- ☐ Totalmente de acuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Neutral

- ☐ En desacuerdo
- ☐ Totalmente desacuerdo

7. **¿El contenido de Farid Dieck te genera motivación personal? ***

- ☐ Totalmente de acuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Neutral
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Totalmente desacuerdo

8. **¿Piensas que Farid Dieck utiliza frases inspiradoras? ***

- ☐ Totalmente de acuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Neutral
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Totalmente desacuerdo

9. **¿Qué recursos audiovisuales mantienen tu atención durante el video? ***

- ☐ Textos o subtítulos Imágenes
- ☐ Imágenes
- ☐ Música
- ☐ Efectos de sonidos

10. **¿La estética general de los videos (luz, encuadre, ambiente) te genera una sensación de cercanía o confianza? ***

- ☐ Iluminación
- ☐ Planos/ángulos
- ☐ Colores
- ☐ Entorno / Ambiente

11. **¿La manera en qué se expresa (gestos, expresiones faciales y posturas) Farid Dieck facilita que el mensaje se perciba con autenticidad? ***

- ☐ Totalmente de acuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Neutral
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Totalmente desacuerdo

12. ¿El tono de voz que emplea Farid Dieck en sus relatos capta tu atención para seguir escuchándolo? *

- ☐ Totalmente de acuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Neutral
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Totalmente desacuerdo

13. ¿Después de ver un video de Farid Dieck te dan ganas seguir buscando más de su contenido? *

- ☐ Siempre
- ☐ Casi siempre
- ☐ Ocasionalmente
- ☐ Casi nunca
- ☐ Nunca

14. ¿Te sientes identificado con el contenido que comparte Farid Dieck? *

- ☐ Siempre
- ☐ Casi siempre
- ☐ Ocasionalmente
- ☐ Casi nunca
- ☐ Nunca

15. ¿Recomendarías los contenidos de Farid Dieck a otras personas? *

- ☐ Sí
- ☐ No

Nota: Elaboración propia en Microsoft Forms

Anexos 3 – Figuras

Figura 9

1. Edad

[Más detalles](#)

● 18 años a 21 años	175
● 22 años a 24 años	126



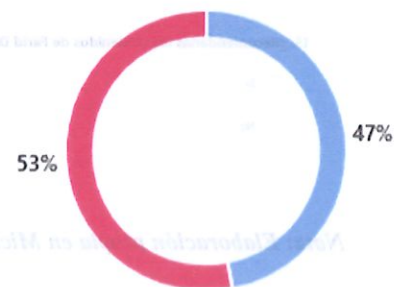
Nota: recuperado de las estadísticas de Microsoft Forms

Figura 10

2. Sexo

[Más detalles](#)

● Femenino	141
● Masculino	160



Nota: recuperado de las estadísticas de Microsoft Forms

Figura 11

3. ¿Has visto el contenido de Farid Dieck en TikTok?

[Más detalles](#)*Nota: recuperado de las estadísticas de Microsoft Forms***Figura 12**

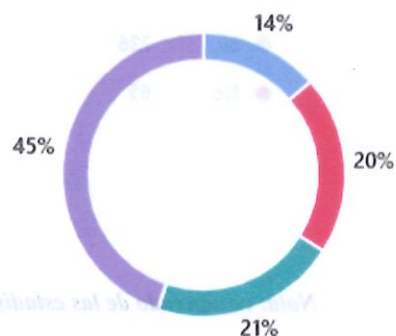
4. ¿Con qué frecuencia visualizas los videos de Farid Dieck?

[Más detalles](#)*Nota: recuperado de las estadísticas de Microsoft Forms*

Figura 13

5. ¿Desde hace cuánto tiempo sigues su contenido?

[Más detalles](#)

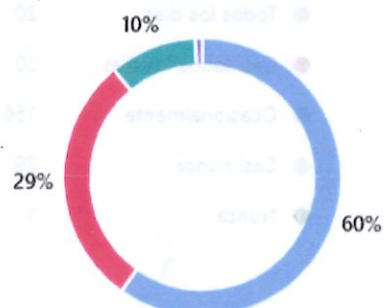


Nota: recuperado de las estadísticas de Microsoft Forms

Figura 14

6. ¿Crees que los vídeos de Farid Dieck tienen una estructura lógica con inicio, desarrollo y desenlace?

[Más detalles](#)



Nota: recuperado de las estadísticas de Microsoft Forms