



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, DERECHO Y BIENESTAR

CARRERA DE COMUNICACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE GRADO DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

TRABAJO DE TITULACIÓN

MODALIDAD:

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

**TIKTOK EN LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA: EFECTOS DEL TIPO DE
CONTENIDO EN EL ENGAGEMENT DE LOS ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

LÍNEA 5: COMUNICACIÓN EN LA DINÁMICA ORGANIZACIONAL

AUTORA:

MELISSA TATIANA MENDOZA ZAMBRANO

TUTORA:

DRA. ROXANA ALMEIDA MACIAS Ph.D.

TEMA

TikTok en la Educación Universitaria: Efectos del tipo de contenido en el Engagement de los Estudiantes Universitarios

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO DE AUTOR

Yo, portador de la cédula de ciudadanía No. 135111474-7, 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, título: “TikTok en la Educación Universitaria: Efectos del tipo de contenido en el Engagement de los Estudiantes Universitarios”, 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.

Manta, 30 de julio de 2025.



Melissa Tatiana Mendoza Zambrano
C.I. 135111474-7

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

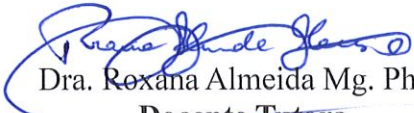
Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la modalidad de Proyecto de investigación, cuyo tema de investigación es “TikTok en la Educación Universitaria: Efectos del tipo de contenido en el Engagement de los Estudiantes Universitarios”, el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado corresponde la señorita Melissa Tatiana Mendoza Zambrano, estudiante de la carrera de Comunicación, período académico (2025-1), quien se encuentra apto para la sustentación de su trabajo de titulación.

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

Manta, 30 de julio de 2025.

Lo certifico,


Dra. Roxana Almeida Mg. PhD.
Docente Tutora

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y a cada una de las personas que me motivaron para seguir con este aprendizaje durante este tiempo. Además, agradezco infinitamente a mi tutora y guía en este proceso final, gracias Dra. Roxana Almeida Macias Ph.D.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de tesis a mi madre y a mis hermanos, pues su ejemplo de disciplina, constancia y sacrificio ha sido el pilar fundamental sobre el cual he construido cada uno de mis sueños y logros en la búsqueda de mi licenciatura. Sus valores y apoyo incondicional me han impulsado a perseverar en todo momento.

Asimismo, quiero expresar mi gratitud a mi pequeño círculo social, entre ellos está mi amiga Juleidy Manzaba y a mi hermana de corazón Fernanda Tumbaco quienes, con su motivación y aliento, me animaron a no rendirme y a luchar con determinación por mis metas.

ÍNDICE GENERAL

Resumen	8
Introducción.....	10
Objetivo general	12
Objetivo específico.....	12
Capítulo I – Fundamentos de la investigación	13
Justificación	13
Delimitación del estudio.....	14
Capítulo II – Marco Teórico	15
Estado del arte.....	15
Marco Teórico	18
Capítulo III – Diseño metodológico	26
Metodología	26
Estudio de Caso.....	27
Encuesta	27
Enfoque de investigación.....	27
Cuantitativa	27
Cualitativo	27
Enfoque mixto:.....	27
Tipo de estudio	28
No experimental:	28
Observacional	28
Cuantitativo	28
Investigación mixta:	28
Transversal	28
Prospectivo.....	28
Diseño de investigación.....	29
Limitación.....	31
Capítulo IV – Resultados	32
Análisis de los resultados- Estudio de caso	38
Recomendaciones.....	51
Bibliografía.....	52
Anexos	54
Anexos	57

Resumen

El presente estudio indaga cómo el uso de TikTok impacta en el engagement académico de los estudiantes universitarios de la carrera de Comunicación en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. A partir de la observación directa de estudiantes en clase, y la realización de una encuesta a 100 estudiantes, se explora de manera reflexiva cómo los diferentes tipos de contenido consumidos en esta popular red social influyen en la concentración, hábitos de estudio y participación en el entorno académico.

Aunque TikTok se ha convertido en una plataforma dominante en la vida cotidiana de los jóvenes, su presencia en la rutina universitaria plantea interrogantes acerca de los límites entre el entretenimiento y el aprendizaje. Este trabajo asume una mirada crítica, buscando no solo reconocer los desafíos, sino también descubrir oportunidades para transformar el compromiso digital en un recurso educativo creativo.

Palabras claves: aplicación, engagement, redes sociales, tikTok, uso

Abstrac

This study investigates the impact of TikTok usage on the academic engagement of Communication students at Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Through direct observation of students in class and a survey administered to 100 students, this research reflexively explores how the various types of content consumed on this popular social media platform influence concentration, study habits, and participation within the academic environment.

Although TikTok has become a dominant platform in the daily lives of young people, its pervasive presence in the university routine raises critical questions regarding the demarcation between entertainment and learning. This work adopts a critical perspective, aiming not only to identify the challenges but also to uncover opportunities for transforming digital engagement into a creative educational resource.

Introducción

Esta investigación invita al lector a cuestionar el verdadero impacto de TikTok en las aulas universitarias y a reflexionar sobre nuevas formas de aprovechar las plataformas digitales como herramientas que motivan al aprendizaje y al enriquecimiento de la experiencia académica. Este estudio abre un espacio para tomar en cuenta el papel de las redes sociales en la formación universitaria.

En el capítulo I: Se mencionan fundamentos que se plantean y justifican este estudio que habla sobre el impacto del uso de TikTok en el comportamiento durante clases en los estudiantes universitarios de la carrera de comunicación. Además se describe como las redes sociales influyen en la naturaleza adictiva, alteran los patrones de atención y consumo de los jóvenes. Por otro lado, también se establecen los objetivos y se menciona la delimitación de la investigación.

En el capítulo II: En este apartado se incluyen temas que se relacionan y clasifican temas que aportan al desarrollo de este proyecto de investigación.

En el capítulo III: En el diseño metodológico se describe la investigación con un enfoque mixto, combinado con métodos cualitativos y cuantitativos para analizar el impacto del uso de TikTok en el engagement que generan los contenidos que consumen los estudiantes. Por otro lado, también se añade estudios de caso con alcances exploratorios; descriptivos y aplicativos, ya que, ayudaran a indentificar los efectos del consumo de TikTok.

En el capítulo IV: Se encontrarán los resultados de una metodología mixta, donde se realizó: estudio de caso y una encuesta a 100 estudiantes de la facultad ciencias de la comunicación. Además, también se encuentran los resultados y recomendación como parte final del presente proyecto investigado.

Planteamiento del problema

La aparición del internet en medio de la guerra fría generó un antes y un después en la civilización, dando pie a la creación de diferentes métodos de comunicación, el ejemplo de ello son las redes sociales, las cuales han logrado sobresalir en las últimas décadas por el fácil acceso a ellas.

La rapidez del uso de las redes sociales es el efecto de la facilidad de acceso que ofrecen los mismos, conexión ilimitada, movilidad, y el uso en tiempo real, según Ruiz de Juanas (2013).

De esta forma los jóvenes consumen todo tipo de contenido a través de las redes sociales, cambiando en ellos los patrones de consumo, comportamiento social, y formas de hacer las cosas como: entretenimiento, trabajar, estudiar, interactuar, investigar, entre muchos otros.

Durante el desarrollo de las clases se ha podido observar una creciente tendencia a la distracción derivada del uso excesivo de diferentes plataformas como TikTok, el algoritmo de la plataforma, diseñado para mantener la atención del usuario durante períodos prolongados, genera una especie de dependencia que interrumpe los procesos de concentración, afecta la retención de información y limita la participación activa del estudiante en el aula.

En este contexto, resulta necesario examinar qué efectos específicos causa el engagement con TikTok en los jóvenes universitarios durante las clases, ya que comprender esta dinámica permitirá generar estrategias que favorezca el uso más consciente de las plataformas digitales en entornos académicos.

Formulación del problema

¿Qué efectos causa el engagement en la plataforma de Tik Tok en los jóvenes universitario durante las clases?

Objetivo general

Describir causas y efectos que produce el uso de Tik Tok en los estudiantes universitario de la carrera de comunicación en horas de clases.

Objetivo específico

Conocer la evolución de la red social TikTok desde su aparición hasta la actualidad. (estudio documental)

Determinar el tipo de contenido que consumen los jóvenes que utilicen TikTok durante sus horas de clases. (aplicación de la encuesta)

Examinar el impacto de TikTok en el comportamiento y hábitos de consumo de contenido de los jóvenes universitarios en horas de clase. (estudio de caso)

Capítulo I – Fundamentos de la investigación

Justificación

Este estudio se centra en conocer el efecto que causa el engagement del uso de Tik Tok, considerada una aplicación habitual en la mayoría de los jóvenes en todo el mundo, sin embargo, mediante la investigación se conocerán, causas y los efectos *del engagement que generan los contenidos que consumen los estudiantes en horas de estudio.*

Así mismo, el presente proyecto dará un aporte a quienes en un futuro vayan a realizar investigaciones relacionadas con esta plataforma, creando concienciación del uso de la red social de manera favorable, enriquecedora y educativa, dando la oportunidad a que se tome TikTok como herramienta de autoaprendizaje.

Delimitación del estudio

Dentro de la limitación de este estudio, se reconoce que la investigación se centra exclusivamente en estudiantes de la carrera de Comunicación de una universidad específica, lo que limita la aplicación directa de los resultados a otras carreras o instituciones con características diferentes. También se suma al análisis del uso de TikTok y teléfonos móviles durante las clases presenciales, sin incluir otras plataformas digitales o contextos educativos virtuales que puedan influir en el comportamiento estudiantil.

Capítulo II – Marco Teórico

Estado del arte

TikTok ha transformado significativamente los hábitos de consumo y comunicación, generando nuevas dinámicas en el área de educación. El presente estado del arte analiza las investigaciones más relevantes sobre el impacto de TikTok en el compromiso académico, la concentración y los procesos de aprendizaje en la educación superior. A continuación se mencionan documentos relacionados a la investigación:

Estudio 1: “La propagación digital del coronavirus: Midiendo el engagement del entretenimiento en la red social emergente TikTok”. Este estudio es de tipo observacional, lo que implica que el investigador no interviene en el fenómeno estudiado, sino que se limita a observar y registrar los datos tal como ocurren en el entorno natural (Herencia, 2020). En este caso, se medirá el engagement en TikTok durante la pandemia del COVID-19, registrando el tiempo de exposición y la interacción de los usuarios sin manipular ninguna variable.

Estudio 2: “El futuro crecimiento de las redes sociales: Instagram, Facebook y TikTok”. Este estudio es de tipo observacional, ya que se analizan las tendencias de crecimiento de Instagram, Facebook y TikTok sin intervención directa del investigador (Palao Pedrós, 2020). En este caso, se observarán datos de uso y proyección futura de las plataformas, especialmente destacando a TikTok entre la población joven.

Estudio 3: “TikTok: más allá de la hipermedialidad”. Este estudio es de tipo exploratorio observacional, en el que se examina la hipermedialidad en TikTok a través del análisis de sus contenidos y formatos Múltiples sin alterar el entorno digital (Torres-Toukourmidis, De-Santis, & Vintimilla-León, 2021). Se registran las características comunicativas presentes en la plataforma.

Estudio 4: “TikTok y su rol predominante en la campaña presidencial de Xavier Hervas”. Este estudio es observacional, enfocándose en evaluar la efectividad de TikTok como medio de campaña electoral sin intervenir en la

estrategia política (Cerde & Arias, 2021). Se recopilan datos sobre la conexión con jóvenes participantes y el impacto en la imagen del candidato.

Estudio 5: “TikTok, procrastinación y gestión del tiempo.” Este estudio es de tipo correlacional observacional, pues se analiza la relación entre el uso de TikTok y la gestión del tiempo académico en estudiantes universitarios colombianos sin manipulación de variables (Klimenko & Varela, 2022). Se registran patrones de uso y organización del tiempo.

Estudio 6: “Uso de la plataforma TikTok y el aprendizaje en estudiantes de bachillerato durante la pandemia de Covid-19”. Este estudio es observacional ya que se explora la eficacia de TikTok como herramienta educativa en estudiantes de bachillerato durante la pandemia, observando su uso y efectos sin intervenir en el proceso de aprendizaje (Ibarra López, 2022). Se registran tanto aportes como distracciones generadas.

Estudio 7: “TikTok como herramienta educomunicacional en los estudiantes de bachillerato del cantón Latacunga.”

Este estudio es de tipo descriptivo observacional, que evalúa TikTok como recurso comunicativo y educativo en estudiantes de bachillerato sin manipular el uso de la plataforma (Shigui & Casa, 2022). Se observan niveles de creatividad, participación y dispersión.

Estudio 8: “TikTok y su influencia en la construcción de la identidad en jóvenes”. Este estudio es exploratorio observacional, que examina el potencial de TikTok como herramienta educativa analizando en la observación de experiencias y resultados sin intervención directa (Garrigós Simón et al., 2023). Se analizan factores pedagógicos asociados al impacto positivo.

Estudio 9: “TikTok y Educación”. Este estudio es de tipo evaluativo observacional, que valora la efectividad de TikTok como estrategia de aprendizaje en educación superior sin manipular el proceso educativo (Mera et al., 2023). Se recopilan datos sobre motivación y comprensión de los estudiantes.

Estudio 10: “Uso de TikTok como una herramienta eficaz de aprendizaje en la educación superior”. Este estudio es correlacional observacional, que estudia el impacto del uso excesivo de Instagram y TikTok en el rendimiento académico de adolescentes sin alterar sus hábitos digitales (Franco, López, & García, 2023). Se registra la relación entre tiempo en redes y desempeño escolar.

Estudio 11: “Impacto de las redes sociales en el rendimiento académico de los adolescentes: Estudio de Instagram y TikTok”. Este estudio es de tipo descriptivo observacional, enfocado en identificar niveles de adicción a TikTok en jóvenes universitarios colombianos sin interferir en su uso habitual (Trejos-Gil, Tordecilla-Pájaro, & Mena Mena, 2024). Se registran patrones de frecuencia y efectos sobre la salud mental.

Estudio 12: “Adicción a la red social TikTok en jóvenes universitarios colombianos. Revista de Comunicación y Salud”. Este estudio es de tipo descriptivo observacional, enfocado en identificar niveles de adicción a TikTok en jóvenes universitarios colombianos sin interferir en su uso habitual (Trejos-Gil, Tordecilla-Pájaro, & Mena Mena, 2024). Se registran patrones de frecuencia y efectos sobre la salud mental.

Estudio 13: “Procrastinación académica por el uso de la red social TikTok en estudiantes universitarios”. Este estudio es correlacional observacional, que examina la procrastinación académica vinculada al uso de TikTok en estudiantes universitarios sin manipular sus comportamientos (Quijano et al., 2024). Se observa la relación entre duración del uso y postergación de tareas.

Marco Teórico

Aparición del desarrollo tecnológico

El avance tecnológico ha cambiado significativamente el proceso de comunicación, abriendo nuevos caminos, es decir, la transformación digital ha generado un cambio de 360° en la conducta, y consumo de la sociedad.

Uno de los acontecimientos más significativos del siglo pasado fue el surgimiento de Internet, cuyo origen se remota a un período de gran tensión histórico: la Guerra Fría, Master Marketing (2019). En este contexto, a finales del año 1960, nace el Internet como una herramienta estratégica de comunicación, pensada inicialmente para garantizar la transmisión de información ante una posible amenaza nuclear.

A raíz de su aparición, el Internet ha transformando la sociedad, cambiando la manera de comercializar productos y servicios, mientras que las nuevas generaciones son cada vez más consumistas.

Las generaciones como Millennials y Post Millennials o Generación Z, no pueden fácilmente llevar su vida sin el internet, y sobre todo sin redes sociales, en la actualidad todos viven rodeados de dispositivos tecnológicos donde realizan actividades del día a día. Los jóvenes, pertenecientes a la Generación Z, no solo han cambiado la manera de mantenerse comunicados, sino también de consumir información Yuste, (2017).

Generaciones

Generación	Año de nacimiento	Descripción
X	1965 – 1981	Considerada una de las generaciones en vivir la primera revolución tecnológica con la aparición de los primeros móviles, ordenadores, etc.
Y	1982 – 1994	Millennials. Nativos digitales. Se distinguen de la generación anterior al ser más creativos y multitasking, consumidores de <i>streaming</i> .
Z	1995 – 2010	Centennials, Pos Millennials. Nacen rodeados de tecnología, y no sabe cómo vivir sin ella. Tienen menos arraigado el sentido de privacidad en redes sociales que la generación anterior. Son los principales usuarios de <i>Tik Tok</i> .

Ilustración basada en Terradez Álvarez (2020).

Redes Sociales

Las redes sociales hacen su aparición en 1997 con SixDegrees, posteriormente llegó Friendster, MySpace, LinkedIn, Facebook, YouTube, Twitter, facilitando la comunicación a grandes distancias, creando una comunicación interactiva. Según Herrera (2012), en su investigación "Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión", y se han convertido en una necesidad de pertenencia social. Esto se debe a que permiten una comunicación fluida y eficiente, ya sea para el posicionamiento de empresas, bienes o servicios.

Su aparición corresponde al desarrollo tecnológico que ocurren con el pasar del tiempo. Ocupando un lugar destacado en la vida cotidiana de las personas, ya que responden a una necesidad innata del ser humano. Las plataformas han facilitado de forma práctica y accesible de la comunicación y el intercambio social, convirtiéndose en un canal esencial para el desarrollo personal y social (Herrera, 2012).

El uso habitual de las mismas se ha integrado de manera indispensable en el diario vivir de los universitario, convirtiéndose en herramienta de interacción constante, incluyendo sus espacios académicos. Esta conexión continua mantiene a los estudiantes atentos a lo que ocurre en su entorno virtual, comprometiendo la concentración y su desempeño académico.

Las plataformas han facilitado de forma práctica y accesible la comunicación y el intercambio social, convirtiéndose en un canal esencial para el desarrollo personal y social (Herrera, 2012). En el ámbito digital, una de las redes más populares entre los jóvenes es TikTok, su dinámica rápida y creativa ha logrado el engagement de millones de usuarios alrededor del mundo. (Guzmán, 2021).

Red social Tik Tok

TikTok, una plataforma social en crecimiento desde el año 2016 diseñada para crear videos musicales y sincronización el los movientos faciales. En el mes de noviembre del año 2017 la plataforma fusionó con Musical.Ly, dando origen a Tik Tok en 2018 por la empresa ByteDance, (Anderson, 2020).

Esta plataforma ha experimentado una rápida evolución a nivel mundial, ofreciendo una forma novedosa de compartir e interactuar en línea mediante la creación de videos con música y efectos. En 2019 fue la cuarta aplicación gratuita más descargada, con 1.500 millones de descargas.

Durante la pandemia, TikTok comenzó a tener millones de descargas, experimentando un notable crecimiento, convirtiéndose en la aplicación con más descargas en Apple Store de E.E.U.U.

De acuerdo con New Scientist, TikTok se ha convertido en la primera red social de origen chino en alcanzar una popularidad global, (Stokel-Walker, 2019).

Actualmente está disponible en 154 países y en 75 idiomas, consolidándose una de las redes sociales más influyentes en el mundo digital, (influencer, 2020).

Esta red social facilita a los usuarios la creación, edición y publicación de audiovisuales de corta duración con diferentes categorías como; diversión, deportes, noticias, entretenimiento, música, teatro, entre otros. Además, los usuarios pueden interactuar con el contenido a través de like, comentarios y compartidos. Su éxito también radica en sus herramientas de edición, que incluye filtros, efectos especiales y una variedad de música para personalizar los videos, SHOCK, (2020).

Existen dos maneras principales de usar la plataforma, desde la perspectiva del usuario o el algoritmo. Según Todorovich, el algoritmo que usa TikTok es lo que ha garantizado el crecieminto es que, esta analiza sus interacciones, videos que le gustan, comentarios y el tiempo de reproducción. De esta manera TikTok personaliza el contenido que aparece para cada usuario, asegurándose que los videos esten alineados según los usuarios y sus intereses.

Aunque Tik Tok fue creada en 2017, fue en el año 2019 donde alcanzó el cuarto lugar con 1.500 millones de descargas gratuitas, recaudando 75,000 millones de dólares, superando a Instagram, Cáceres, (2020). Un hecho que marcó un antes y un después fue la pandemia COVID-19, todos los países estaban en confinamiento, lo que provocó que el ocio buscara pasar el tiempo en plataformas que generaran un engagement profundo.

Al mismo tiempo la educación se vió afectada, y no era una opción quedarse sin ella, de modo que en Ecuador se implementó la utilización de aulas virtuales y la tecnología, introduciendo a los estudiantes a un estilo diferente de estudio donde las redes sociales se convirtieron en las mejores aliadas de los estudiantes, para complementar trabajos y proyectos estudiantiles, es de este modo que TikTok logra incrementar usuarios en la plataforma.

En el año 2020 TikTok seguía creciendo siendo la aplicación más descargada, con 115,2 millones de nuevos usuarios, y de esta manera se consideró una de las

plataformas con mayor crecimiento, al ser la séptima aplicación más instalada de la década con 2,6 mil millones de descargas, Havas (2022).

Ranking de las aplicaciones más descargadas (septiembre 2020).

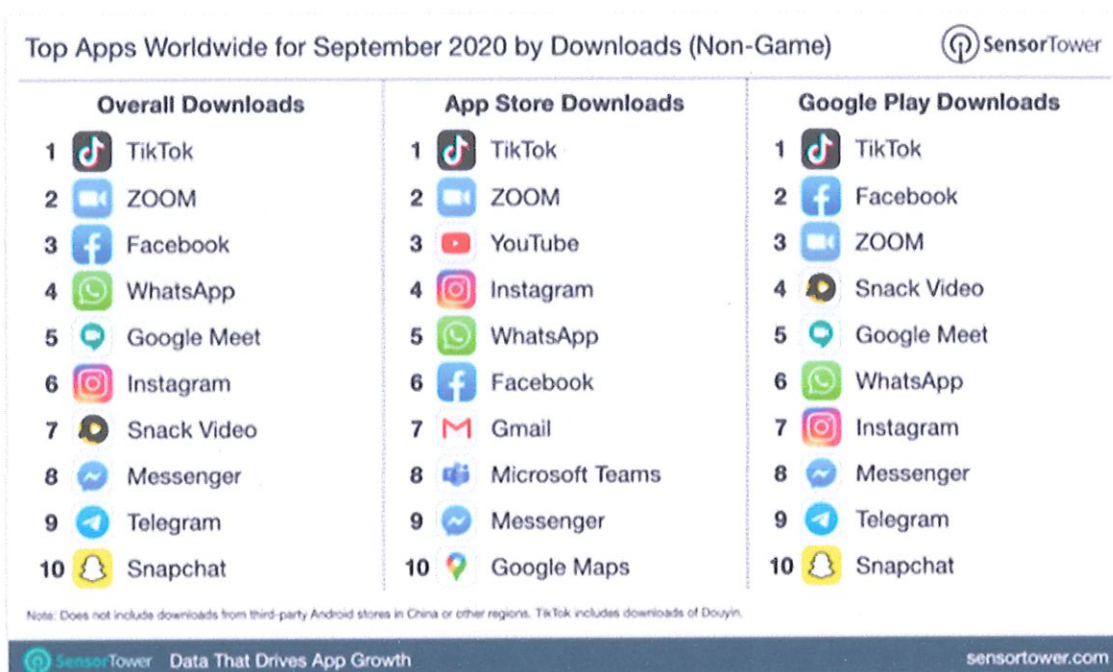


Ilustración: Sensor Tower (2020)

Un estudio elaborado por We Are Social y HootSuite Kemp, (2021), destaca que esta plataforma tiene 732 millones de usuarios activos a nivel mundial, lo que llama la atención, es la forma la difusión de diferentes tipos de contenidos, ya sea de marcas personales, política, salud, deporte, entretenimiento, educación, etc.

Como ha sido considerada como una herramienta eficaz y significativa en el plan comunicacional en la política. Xavier Hervas, fue uno de los candidatos que resaltó como tiktokker durante su campaña electoral 2020. Según Serrano (2021), TikTok fue una estrategia que ayudó al candidato para darse a conocer entre los jóvenes de 16 y 30 años.

Contenido de Xavier Hervas en TikTok

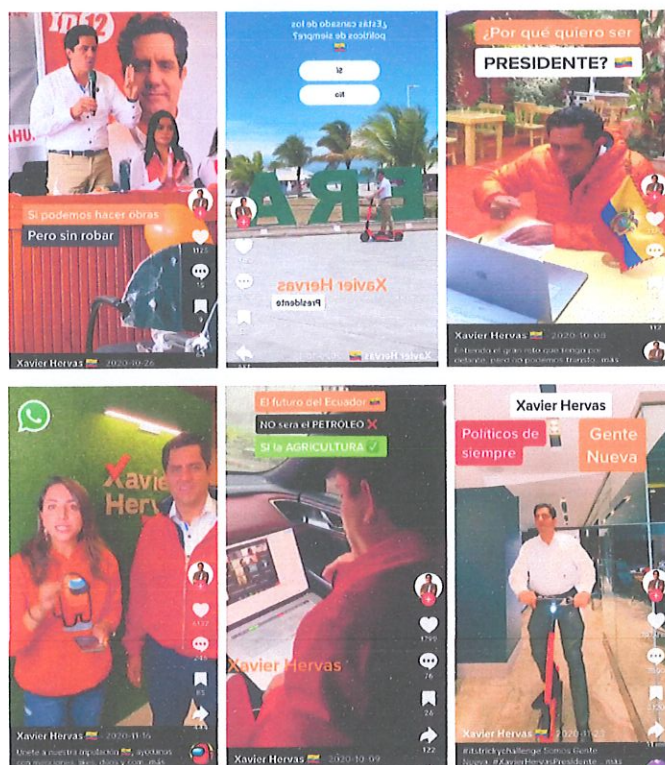


Ilustración: tomada del perfil de TikTok de Xavier Hervas, 2020

Con esta estrategia, Xavier logró ocupar el cuarto lugar entre los 16 candidatos, con un 16,28% de votos. Aunque TikTok es una aplicación que sobre sale entre otras, aún es considerada una forma informal de realizar campañas de este tipo. No todos los candidatos eligen las redes sociales como estrategias durante sus campañas.

En el 2022 su influencia con los videos cortos era notoria en los números de descarga, según un informe de “Sensor Tower”, en los primeros meses de 2022, TikTok superó los 3.500 millones de descarga Briskman, (2022).

Otro de los factores clave que diferencia a TikTok de otras aplicaciones, es su avanzado sistema con inteligencia artificial, el cual permite sugerir contenido de acuerdo a los gustos del usuario. Además, permite que los vídeos compartidos dentro de la plataforma obtengan miles de visualizaciones. Su interfez es diferente a otras redes sociales como Facebook o Instagram, incluye: cinco botones con idicaciones específicas que guían al usuario.

En la actualidad es influyente debido a la participación de artistas musicales, actores, presentadores, deportistas, entre otros, dando paso a que los usuarios sean sus fieles seguidores y de cierta manera consuman su contenido.

Por otra parte, en el mundo del marketing, TikTok es una plataforma ideal para que las marcas inviertan en publicidad dirigida a un público general.

Publicidad de varias marcas 2025

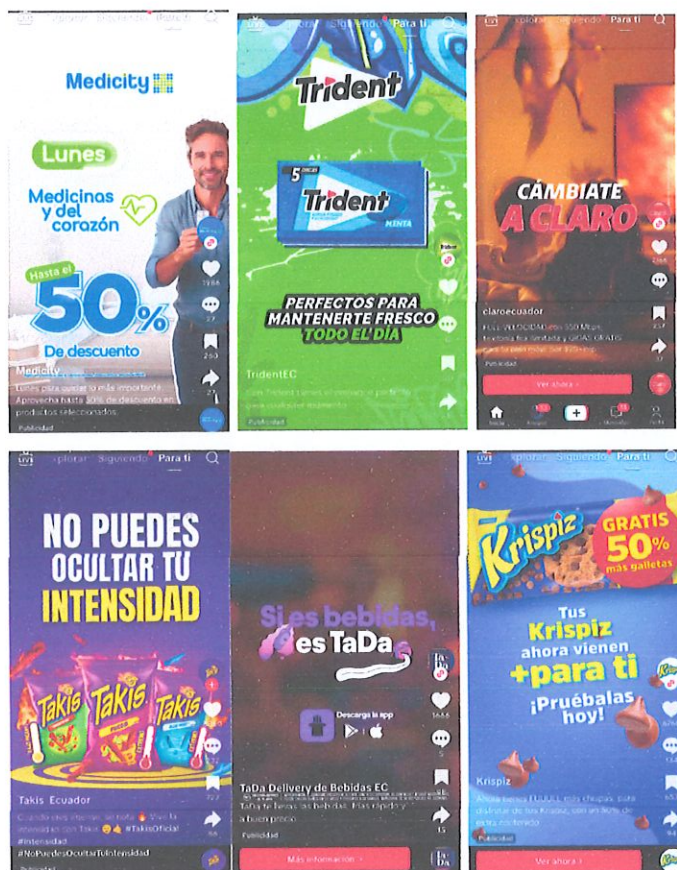


Ilustración: Capturas tomadas desde cuentas oficiales de marcas

El desarrollo de Tik Tok, se basa en el uso continuo de usuarios que actualmente crean contenido y de ese modo llegan a generar ingresos monetarios, de manera que más personas sienten interés por esta aplicación.

Engagement digital

El engagement digital, en este contexto, evalúa el tiempo de conexión y la interacción superficial, sino la profundidad del vínculo que lo estudiantes desarrollan con los contenidos que consumen, y cómo estos pueden influir en el proceso de aprendizaje. Varios estudios han mencionado que de manera particular esta red social se vincula con los usuarios creando engagement caracterizado por la interacción

emocionalmente intensa, la misma que puede influir en el proceso cognitivo y de aprendizaje, Montag et al., (2021).

El contenido que genera mayor engagement en TikTok entre los universitarios es de manera mixta, entre estos pueden ser: entretenimiento, autenticidad, incluso videos de utilidad académica o social. Un estudio realizado por Alimoradi et al. (2021), detalla que, los jóvenes son atraídos por videos que se acoplan a su identidad, y personalidad.

TikTok en el entorno universitario promueve gran participación, considerando que, los estudiantes usan redes sociales y de manera estrategica escogen esta plataforma para crear proyectos semestrales, como ya ha sido el caso de crear un medio alternativo, donde los estudiantes han sacado provecho a sus ideas creativas de enseñar y proyectar sus habilidades realizando videos que generan engagement con los usuarios incluyendo el entorno universitario.

Para complementar lo dicho, según Nouri (2021), demostró que, el uso de de esta plataforma puede incentivar a la participación activa de los estudiantes independientemente de los videos que sean reproducidos por ellos, favoreciendo al nivel cognitivo y emocional.

Como influye TikTok en la educación universitaria

La unificación de tecnológicas digitales han transformado la vida cotidiana de los jóvenes en su manera de comunicarse, informarse y participar en espacios sociales. TikTok, hace notar su transformación de modo que se considera un recurso que aporta a de alguna manera en el apredizaje productivo.

TikTok es una plataforma con multiples beneficios en la educación, según Oña, P (2023), es una herramienta que motiva a la creatividad pedagógica y es útil como recurso educativo. Sin embargo, no esta lejos de que sea una herrramienta que genera distracciones y pueda afectar en el rendimiento académico si no se usa de manera controlada y con disciplina.

Existen diversas investigaciones donde señalan que existe una relación directa y relevante entre el uso habitual de esta plataforma y la diferencia de responsabilidades universitarias. Según Mejía, es posible que los estudiantes puedan integrar las redes sociales como herramientas para el desarrollo académico.

Aunque su objetivo principal es la comunicación, en este sentido tambien es una red social que se ha integrado en el aprendizaje y se ha convertido en una estrategia atractiva para la educación.

“La utilización de TikTok en el aula puede aumentar el interés y la motivación de los estudiantes, facilitando una mejor comprensión de los contenidos”, Caldeiro P. et al (2023). Además, los estudiantes le han dado un valor positivo al uso de la aplicación como recurso didáctico, resaltando la forma interactiva y atractiva para promover el aprendizaje.

El Covid-19 fue un hecho significativo para que la plataforma tuviera este crecimiento en el ámbito estudiantil, ya que se vió la necesidad de aliar recursos tecnológicos para transformar el sistema de aprendizaje, logrando involucrar a los estudiantes en actividades e intereses que forman parte de su cotidianidad (Pantoja Bedolla, 2020).

Capítulo III – Diseño metodológico

Metodología

En la presente investigación se opta por un enfoque metodológico mixto (cualitativo y cuantitativo), porque nos permite conocer y profundizar cuáles son los efectos del uso de la plataforma en horas de clases.

Con el propósito de obtener información **cualitativa** significativa, se seleccionan seis estudiantes de dos niveles diferentes: primer semestre y noveno semestre. Esta selección se realizó para comparar y contrastar las experiencias y comportamientos de los estudiantes en dos etapas distintas de desarrollo universitario. Los estudiantes de primer semestre están experimentando por primera vez el entorno universitario, lo que implica un proceso de adaptación y desarrollo de concentración.

En contraparte, los estudiantes de noveno semestre, al encontrarse en un nivel académico avanzado, se presume que poseen mayores niveles de concentración y compromiso con sus clases, lo que permite establecer un contraste significativo en cuanto a concentración y dedicación.

Al mismo tiempo, para complementar la metodología cualitativa se optó por un componente **cuantitativo** para fortalecer los resultados, para esto se diseñó y aplicó una encuesta a 100 estudiantes en la carrera de Comunicación, utilizando la plataforma Google Forms, con el objetivo de recolectar datos estadísticamente representativos sobre el uso de la red social TikTok y su impacto durante las clases.

Estudio de Caso

Un estudio de caso puede variar, dependiendo la persona, la institución, y sobre todo el tema, sin embargo, tener el objetivo claro es crucial para obtener excelentes resultados que van a aportar a una investigación (Simons, 2011).

Según Robert E. Stake, un estudio de caso es una estrategia metodológica de investigación cualitativa que va a permitir comprender a profundidad fenómenos sociales o educativos específicos dentro de un contexto real. “El estudio de caso es el estudio de la particularidad y de la complejidad de un caso singular, para llegar a comprender su actividad en circunstancias importantes”, Robert E. Stake (1995). Mediante el presente estudio, permite detallar la interacción entre los involucrados y su entorno.

Encuesta

Según Richard L. Sandhuse, una encuesta se define porque se forma de varias preguntas, con la finalidad de aplicar y recolectar información. Es uno de los métodos bastante utilizados en las investigaciones que involucra a un grupo de personas con características similares. Se pueden realizar a personas de manera individual o en este caso a un grupo con características similares de las que se va a obtener información y ayudará a cumplir los objetivos mencionados. Estas se pueden realizar de manera personal, virtual y por llamadas telefónicas.

Acontinuación se detallan los elementos que conforman el proceso metodológico de la presente investigación:

Enfoque de investigación

Esta investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo y cuantitativo.

Cuantitativa: Debido a la posible medición del engagement (interacción, visualización, participación).

Cualitativo: Análisis de percepción y hábitos de los estudiantes sobre el contenido de educativo en TikTok.

Enfoque mixto:

Para la presente investigación se considera adecuado un enfoque mixto, porque permite combinar los métodos cualitativos y cuantitativos para obtener una

comprensión completa y profunda del fenómeno estudiado, en este caso, el uso de TikTok y teléfonos móviles durante clases.

Tipo de estudio

No experimental: No se manipulan variables, el investigador observa y registra comportamientos y respuestas tal como ocurren en el contexto natural sin intervenir.

Descriptivo: El estudio se enfoca en describir las características del uso de TikTok y teléfonos móviles durante las clases universitarias, así como los hábitos y percepciones de los estudiantes, sin establecer relaciones causales.

Observacional: La observación participante estructurada se utiliza para recolectar información directa sin intervenir en el fenómeno.

Cuantitativo: Se aplicó una encuesta a 100 estudiantes para recolectar datos numéricos sobre sus hábitos, duración de uso y percepciones, permitiendo análisis estadísticos descriptivos.

Investigación mixta: Combina la observación cualitativa con la encuesta cuantitativa para ofrecer una comprensión más completa y enriquecida del fenómeno estudiado, integrando ambas fuentes de datos para validar y complementar los hallazgos.

Transversal: La recolección de datos tanto cualitativos como cuantitativos se realizó en un momento específico, proporcionando una "fotografía" del uso y percepción del teléfono y TikTok en las clases en ese periodo.

Prospectivo: La investigación fue diseñada para recolectar datos primarios directamente de los estudiantes a partir de las observaciones y encuestas realizadas durante el desarrollo del estudio.

Esta combinación fortalece la validez y profundidad del análisis, permitiendo comprender no solo las conductas observables en el aula, sino también las actitudes, percepciones y patrones reportados por un mayor número de estudiantes.

Diseño de investigación

El diseño de la investigación es no experimental- descriptivo: No se manipulan variables: se observan y describen los defectos. Además, es transversal: la recolección de datos será en un momento específico. (período semestral 2025-1)

Estudio de caso

Se incluyó a los estudiantes de la carrera de Comunicación en la Universidad Laica Eloy Alfaro, matriz Manta.

Alcance

Exploratorio: Identificar como diferentes formatos de TikTok impactan en el engagement de los estudiantes durante sus clases.

Descriptivo: Determinar y analizar el impacto del contenido en el comportamiento de los estudiantes (interacción durante las clases)

Aplicativo: Proporcionar sugerencias para el uso de TikTok como herramienta de autoaprendizaje y apoyo educativo en el entorno universitario.

Población y muestra

Según datos estadísticos en un reporte realizado en la facultad de Comunicación, en la actualidad hay 2,194 estudiantes que constan en la nómina estudiantil.

La población de estudio está compuesta por 106 estudiantes universitarios, que incluyen a 100 de la carrera de Comunicación y 6 casos de estudio de primer semestre (3 de Tecnología y 3 de Comunicación). Los 6 casos de estudio se consideran un complemento cualitativo que aporta profundidad al análisis y se recomienda siempre garantizar el consentimiento informado y la confidencialidad de los participantes.

Limitación

Dentro de la limitación es importante tomar en cuenta la influencia de factores externos que no pueden ser contralados por el investigador, de modo que pueda afectar la profundidad y alcance de los resultados. De hecho, si se toma en cuenta la disposición y la disponibilidad de los estudiantes en la participación la observación y en la encuesta pueden haber cambios, que incluyen comportamientos o respuestas.

Por otra parte, otro limitante es el acceso a ciertas clases, lo que podría restar a la profundidad de la investigación.

Capítulo IV – Resultados

A continuación, los casos que fueron tomados

Caso 1

Nombre: Samantha Seminario

Edad: 18 años

Carrera: Tecnológica

Semestre: 1er

Su distracción en usar el teléfono se centra en el inicio de clases y en momentos donde la profesora explicaba la clase. Se observó que la estudiante accedía a varias plataformas y mayormente a Tik Tok para consumir contenido de entretenimiento deslizando la pantalla continuamente, hasta evidenciar que su nivel de distracción esta entre 5 a 6 minutos, la obeservación.

Samantha indicó que es difícil para ella mantener la atención totalmente en clases y que el uso de teléfono logra desviar y disminuir su participación para responder preguntas y dar opiniones a los temas explicados por al profesora.



Ilustración: Foto tomada por Melissa Mendoza

Caso 2

Nombre: Jessica Saavedra

Edad: 17 años

Carrera: Tecnológica

Semestre: 1er

La estudiante utilizó el teléfono en horas de clase en una duración aproximada de 3 a 4 minutos. No solo usaba la aplicación de TikTok, si no que continuamente usaba otras plataformas, lo que fragmentaba su atención, llegando a distraerse con su móvil 8 veces durante toda la clase. Aunque el estudiante tomaba apuntes, su concentración se veía afectada en clases con poca interacción, recurriendo al uso de TikTok como mecanismo de relajación.

Jessica indica que, es necesario implementar estrategias pedagógicas más dinámicas que fomenten la participación en clases y así de tal manera se reduzca la distracción en estudiantes de niveles intermedios.

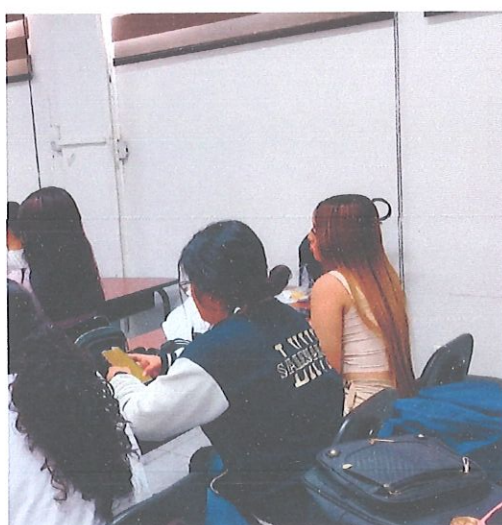


Ilustración: Foto tomada por Melissa Mendoza

Caso 3

Nombre: Jictzad Vélez

Edad: 19

Carrera: Tecnológica

Semestre: 1er

Se observó que utilizaba el dispositivo principalmente en las pausas entre actividades prácticas, con una duración de entre 8 y 12 minutos. Además, usaba TikTok ocasionalmente para consultar contenido relacionado con la materia, lo que evidenció un uso productivo de la plataforma. Su participación en clase fue activa y constante, reflejando un desarrollo progresivo de hábitos académicos responsables y una adecuada gestión del tiempo y la atención. Además, se pudo observar que su teléfono permanecía sobre la mesa con auriculares.

Ella menciona que, mantiene el uso equilibrado del teléfono móvil durante las clases, porque desea aprender y poder adaptarse rápidamente al ambiente universitario.



Ilustración: Foto tomada por Melissa Mendoza

Observación caso de estudio segunda etapa**Caso 4**

Nombre: Enarosy Mendoza

Edad: 22

Carrera: Comunicación

Semestre: 9no

La estudiante presentó un uso del teléfono intensivo, especialmente al final de la clase y durante trabajos grupales, con una duración de entre 8 y 10 minutos. Alternaba entre TikTok y WhatsApp, lo que generaba una alta distracción durante las explicaciones de su docente. A pesar de participar en actividades grupales y tomar apuntes, la frecuencia y duración del uso del teléfono indicaron dificultades para mantener la concentración en momentos de baja interacción con la profesora.

Enarosy, compartió que, actualmente siente que tiene sobre cargos de tareas, y que de tal manera le generan inquietud y distracción total durante clases y que el uso del teléfono evidencia que de alguna manera es un escape para relajarse y sentirse tranquila, sin embargo reconoce que no está bien.



Ilustración: Foto tomada por Melissa Mendoza

Caso 5

Nombre: Sandra Intriago

Edad: 24

Carrera: Comunicación

Semestre: 9no

En este caso el estudiante usó de manera moderada el teléfono, con una duración promedio de 5 minutos. Su uso de TikTok se orientó principalmente a contenido educativo y noticias universitarias, reflejando una actitud consciente y productiva hacia las plataformas digitales. Durante las clases, el estudiante mantuvo un alto nivel de concentración y participación, con poca distracción.

Sandra explica que, durante clases se esfuerza para tener concentración y un uso equilibrado de la tecnología.



Ilustración: Foto tomada por Melissa Mendoza

Caso 6

Nombre: Jamilexi Ventura

Edad: 23

Carrera: Comunicación

Semestre: 9no

Utilizó el teléfono teléfono de manera reiterada durante el desarrollo de las clases, superando los 10 minutos de uso. Se observó que recurría al dispositivo no solo en las pausas, sino también durante explicaciones, actividades grupales y momentos importantes del proceso académico. La mayor parte de su tiempo en el teléfono estuvo dedicada a Tik Tok, principalmente con fines recreativos y de ocio. Este uso constante dio lugar a total distracciones, pérdida de información relevante y escasa participación durante la clase.

En una pequeña entrevista Jamilexi, mencionó que tiene dificultades para mantener la concentración y reconoce que tener poco rendimiento académico y que es difícil realizar trabajos en grupo con sus compañeros. También mencionó que, entre las aplicaciones más usadas, destaca aTikTok.



Ilustración: Foto tomada por Melissa Mendoza

Análisis de los resultados- Estudio de caso

El uso del teléfono durante clases evidencia que existe un problema de concentración de modo que disminuye la participación y afecta negativamente el aprendizaje. Por otro lado, la falta de estrategias dinámicas muestran el poco provecho de metodologías digitales.

En el caso 1, Samanta Semirio, se observa una distracción en momentos importantes en clases, evidenciando que el uso del teléfono de manera no responsable afecta en el aprendizaje de los universitarios.

A diferencia del caso 1 en el caso 3 Jictzad Vélez, usa el teléfono de forma equilibrada y en tiempos de pausas, mencionando que usa la plataforma de TikTok para el autoaprendizaje, lo que permite una participación constante.

El uso de varias plataformas como TikTok y WhatsApp genera una alta distracción. Este es el caso 4 de Enarosy Mendoza, es un caso particular, ya que, reconoce que su distracción es por la sobrecarga de tareas, y usa el teléfono como escape.

Sandra en el caso 5 ha demostrando una actitud consciente y productiva hacia el uso tecnológico en el aula, consumiendo contenidos educativos y noticias universitarias en TikTok, el caso 6 es el contraste, Jamilexi Ventura, muestra el uso no responsable, pérdida de información y baja participación, además reconoce dificultades de concentración y rendimiento académico bajo.

Los casos ilustran que el uso no responsable del teléfono, es un problema para la formación de los estudiantes universitarios. Los factores de distracción incluyen la duración y frecuencia del uso, el tipo de contenido consumido, y el contexto de la clase.

Además que el estado emocional y carga académica del estudiante, destaca la necesidad de implementar estrategias pedagógicas dinámicas, de modo que se promueva el uso responsable y el beneficio de la tecnología en el entorno universitario.

Resultados de la encuesta

Encuesta

1. Edad

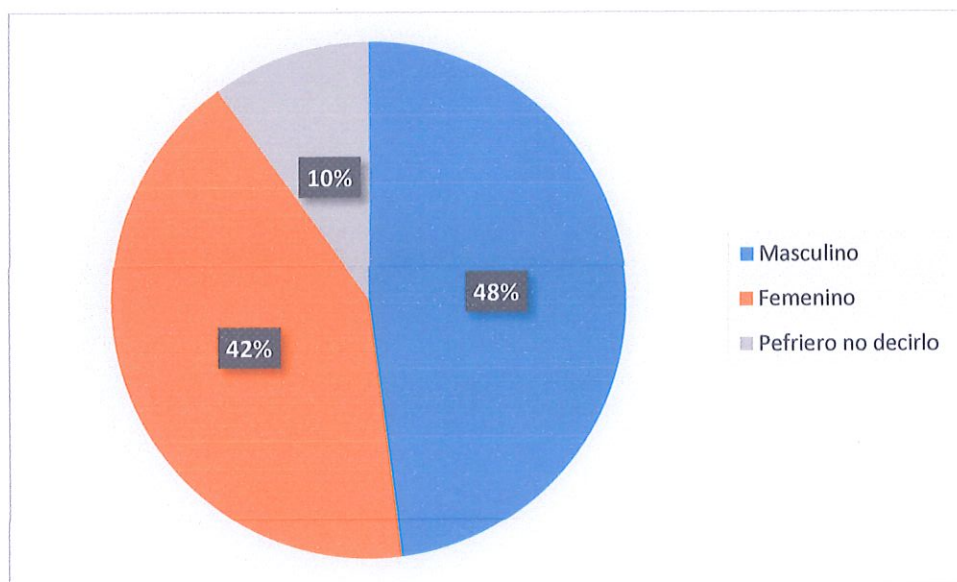
Resultados

En la recolección de datos realizada mediante encuesta anónima a 100 estudiantes universitarios en la carrera de Comunicación, se identificó varias edades comprendida entre los 19 y los 34 años. Las edades más elevadas registradas fueron 34 años, seguida por varios participantes de entre 33, 30, 28 y 27 años, quienes representan un segmento más adulto dentro de la muestra, posiblemente conformado por estudiantes que trabajan o que han retomado sus estudios.

Posteriormente, se encontraron a varios estudiantes con edades entre los 26 y 25 años, así como una concentración significativa entre los 24, 23 y 22 años, que en conjunto configuran el grupo medio predominante. Por otro lado, se observa un número considerable de estudiantes entre los 21 y 20 años, lo que coincide con el rango de estudiantes en los primeros niveles de la universidad. Finalmente, las edades más bajas registradas corresponden a los 19 años, lo que refleja la participación de estudiantes que probablemente están iniciando su formación académica superior.

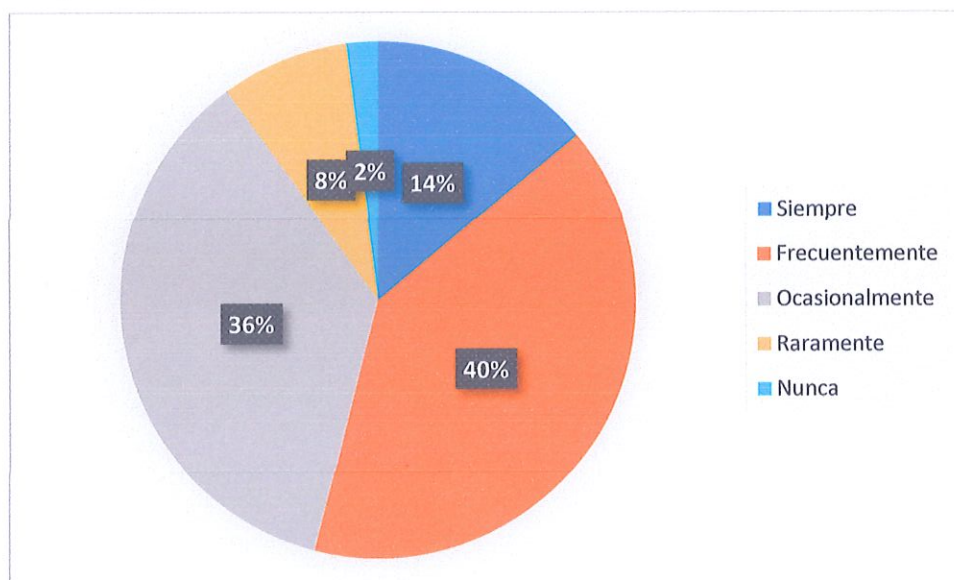
Esta variedad de edades permite obtener varias percepciones las cuales permiten contrastar sobre el uso de TikTok en contextos universitarios, lo cual enriquece el análisis del engagement académico desde múltiples realidades generales.

2. Género



En cuanto a la variable género, de los 100 encuestados anónimos, el 48% se identificó como masculino, el 42% como femenino, mientras que el 10% prefirió no especificar su género. Esta distribución evidencia una muestra relativamente equilibrada entre hombres y mujeres, lo que permite contrastar de forma equitativa las percepciones entre ambos grupos sobre el uso de TikTok en el contexto universitario. Además, el 10% que optó por no declarar su género refleja una muestra inclusiva y respetuosa con la diversidad, lo cual enriquece la perspectiva del estudio al considerar realidades más amplias en cuanto a identidad de género. Esta pluralidad permite un análisis más representativo del fenómeno investigado, considerando cómo el engagement académico puede verse influido por variables socioculturales como el género.

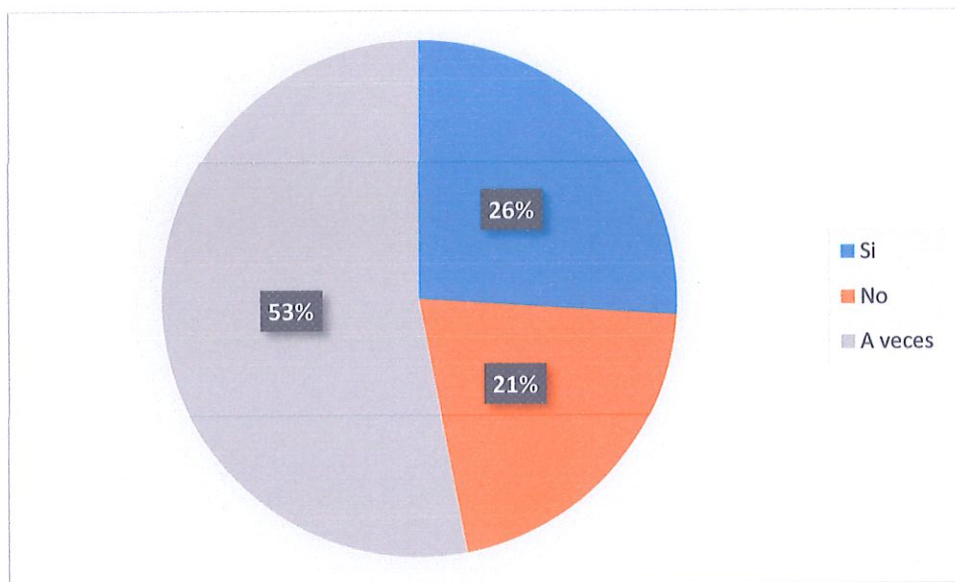
3. ¿Con qué frecuencia utilizas TikTok dentro de tus horas de clase?



Respecto a la frecuencia con la que los estudiantes utilizan TikTok, los resultados indican que un 14% lo usa siempre, un 40% frecuentemente, y un 36% de manera ocasional. Esto refleja que el 90% de los encuestados utiliza TikTok en algún grado de regularidad, posicionándolo como una de las plataformas digitales más presentes en la vida diaria de los estudiantes universitarios. Por otro lado, solo un 8% afirmó usarlo raramente y un mínimo 2% declaró no usarlo nunca, lo que evidencia que el uso nulo de esta red es prácticamente inexistente para ellos.

De este modo con los datos obtenidos en esta pregunta, confirman que TikTok forma parte activa del entorno digital cotidiano de los universitarios, siendo una variable clave para analizar su impacto en el engagement académico.

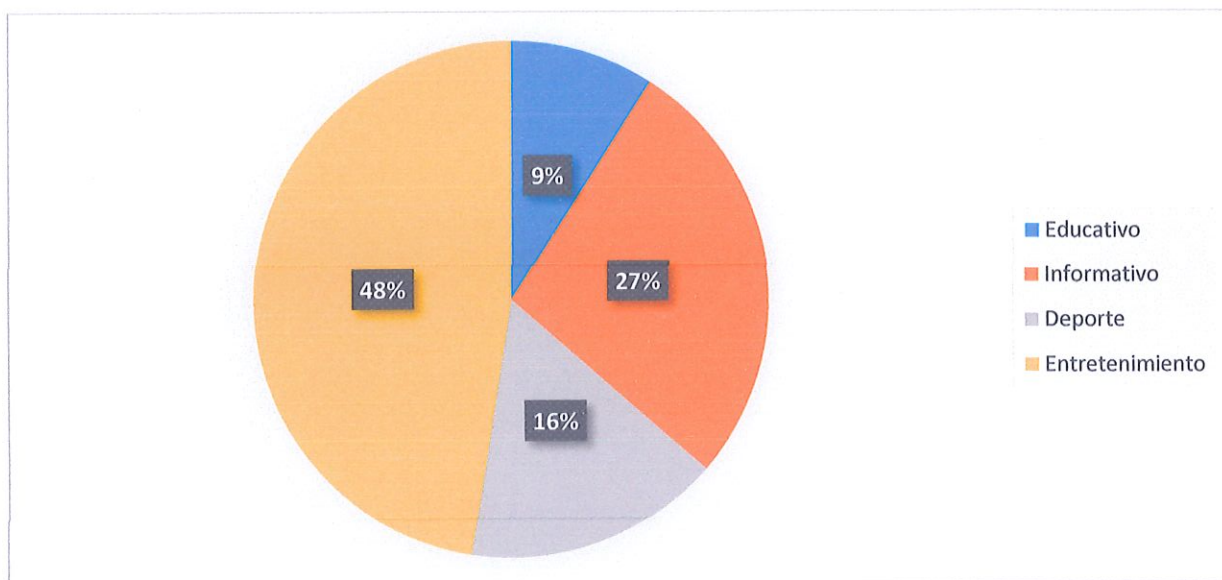
4. ¿Consideras que TikTok interfiere con tu concentración durante las actividades académicas?



Según los resultados, la distracción generada por TikTok durante las clases, demuestra que un 53% de los estudiantes considera que a veces se distrae con el uso de esta plataforma, un 26% afirma que sí se distrae, mientras que un 21% considera que no. Estos datos evidencian que la mayoría de los estudiantes reconoce cierto grado de afectación en su concentración, aunque no de forma permanente.

Se puede definir que, aunque la mayoría no asocia TikTok con una distracción constante, sí reconoce que puede interferir parcialmente en su participación y atención durante las clases.

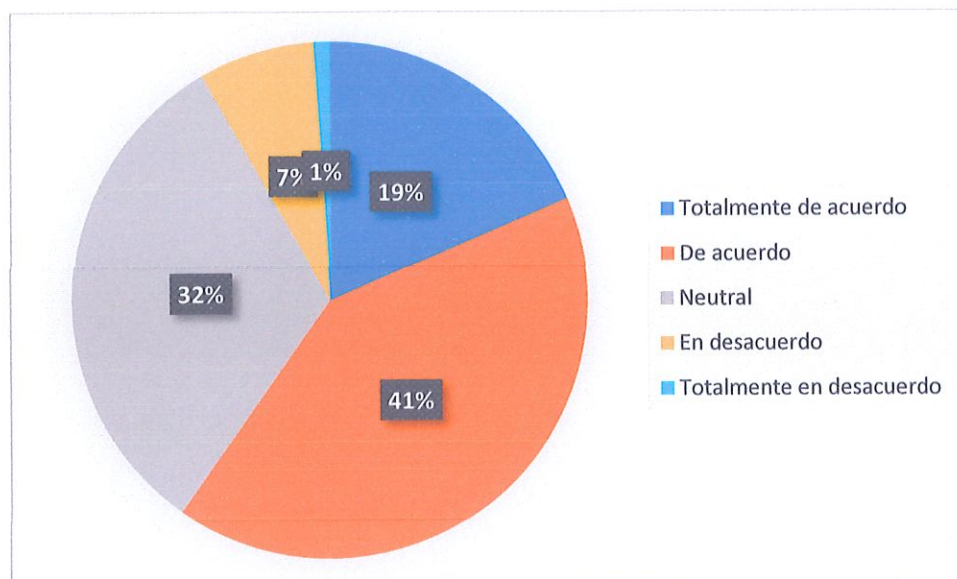
5. ¿Qué tipo de contenido consumes principalmente en TikTok?



En la presente pregunta se identificó que un 48%, accede principalmente a contenidos de entretenimiento, seguido por un 27% que prefiere contenidos informativos. Un 16% manifestó consumir contenidos relacionados con el deporte, mientras que solo un 9% indicó usar la plataforma para acceder a contenidos educativos. Estos resultados reflejan que, aunque TikTok tiene potencial como herramienta de aprendizaje, su uso dominante entre los estudiantes se orienta al a la distracción. No obstante, el consumo informativo también ocupa un lugar importante, lo cual sugiere que los estudiantes no solo buscan diversión, sino también estar actualizados o conectados con temas de interés.

Se considera que el tipo de contenido más consumido evidencia una tendencia hacia el entretenimiento, lo que plantea el reto de transformar esta red en un recurso pedagógico atractivo que no solo entretenga, sino que también eduque.

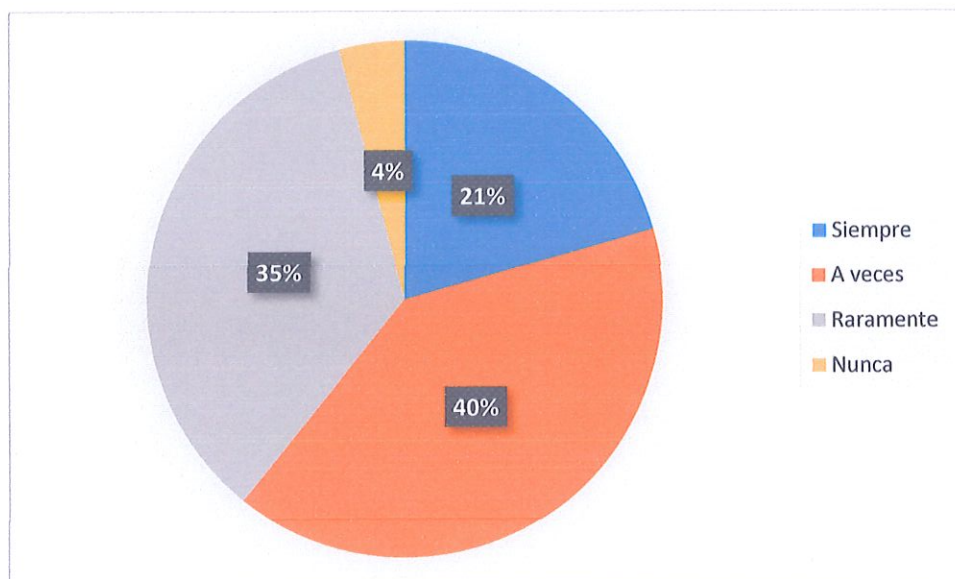
6. ¿Crees que el contenido en TikTok puede tener un valor educativo si se utiliza correctamente?



Un porcentaje significativo de estudiantes respondió afirmativamente con un 41% estuvo de acuerdo y un 19% totalmente de acuerdo, sumando un 60% de opiniones positivas respecto al potencial educativo de esta plataforma. Un 32% expresó una postura neutral, lo que puede interpretarse como una percepción reservada, posiblemente por falta de exposición directa a contenidos educativos en TikTok. En contraste, solo un 7% estuvo en desacuerdo y apenas un 1% manifestó estar totalmente en desacuerdo, lo cual indica un porcentaje mínimo de resistencia frente al tema. Estos resultados sugieren que una gran parte del estudiantado reconoce que, si se usa de forma adecuada, TikTok puede ir más allá del entretenimiento y convertirse en una herramienta complementaria para el aprendizaje.

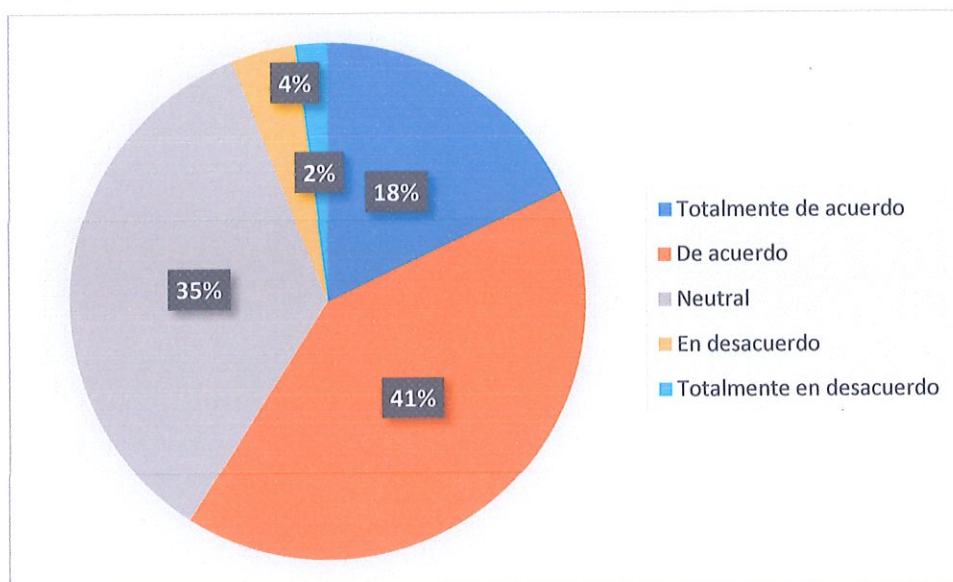
En conclusión, los estudiantes valoran el potencial educativo de TikTok, lo que abre oportunidades para integrarlo estratégicamente en entornos universitarios como apoyo a la enseñanza.

7. ¿Te ha pasado que pospones deberes académicos por estar viendo TikTok?



Los resultados muestran que un 35% de los encuestados respondió “a veces”, mientras que un 21% indicó que esto le ocurre siempre, lo que refleja que casi el 60% de los estudiantes ha postergado sus responsabilidades académicas en algún grado debido al uso de TikTok. Por otro lado, un 35% indicó que esto sucede raramente, y solo un 4% afirmó que nunca le ha ocurrido, lo cual evidencia que la procrastinación vinculada al consumo de contenido en TikTok es un fenómeno recurrente en la población estudiada. Estos datos sugieren que el uso de esta red social, si bien puede tener potencial educativo, también representa un riesgo latente para la gestión del tiempo académico y el cumplimiento de tareas. TikTok no solo influye en la participación en clase, sino que también afecta la organización y priorización de las responsabilidades estudiantiles en un número considerable de casos.

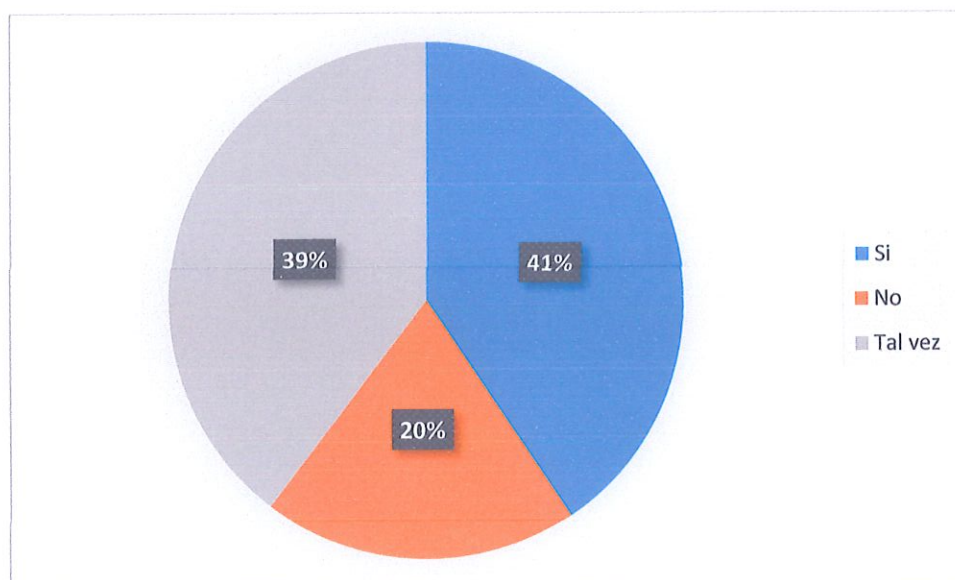
8. El contenido de entretenimiento en TikTok me resulta más atractivo que los materiales académicos.



De acuerdo a la afirmación “El contenido de entretenimiento en TikTok me resulta más atractivo que los materiales académicos”, el 41% de los estudiantes estuvo de acuerdo y un 18% totalmente de acuerdo, lo que representa un 59% que reconoce mayor atracción hacia el contenido de entretenimiento de la plataforma frente al material académico tradicional. Por su parte, un 35% adoptó una postura neutral, lo que podría reflejar una falta de conexión significativa con ambos tipos de contenido. Solamente un 6% (4% en desacuerdo y 2% totalmente en desacuerdo) manifestó una preferencia clara por los materiales académicos. Estos resultados reflejan una tendencia evidente hacia el consumo de contenidos entretenidos como los más atractivos para el estudiante universitario, lo cual representa un desafío para los entornos educativos tradicionales.

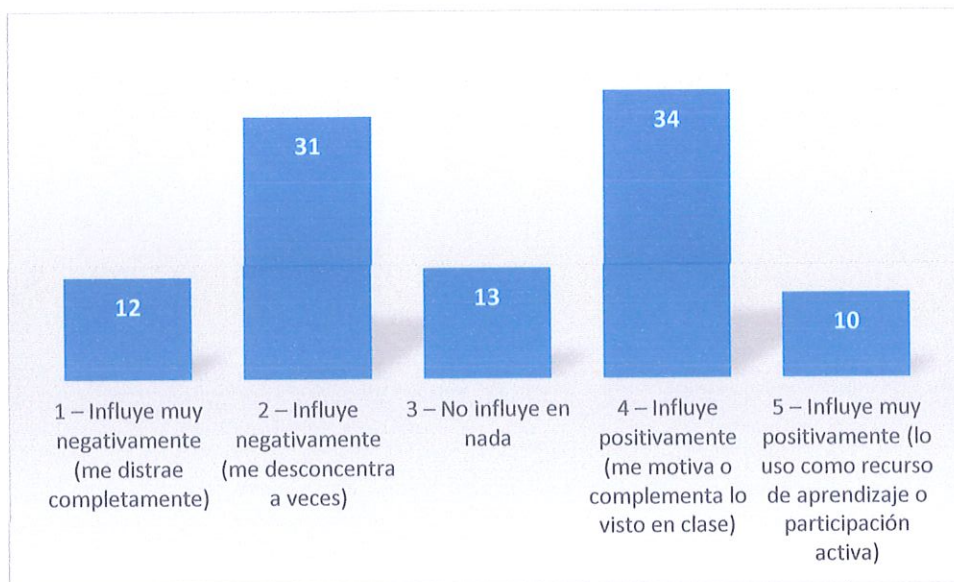
Es notoria la preferencia por el contenido de entretenimiento en TikTok, lo que indica la necesidad de rediseñar estrategias pedagógicas más dinámicas y adaptadas al entorno digital que logren captar la atención del estudiante con métodos y formatos más cercanos a sus intereses cotidianos.

9. ¿Consideras que seguir cuentas educativas en TikTok podría mejorar tu interés en temas académicos?



Según los resultados el 41% de los estudiantes respondió afirmativamente, mientras que un 39% eligió la opción “tal vez”, reflejando una actitud receptiva, aunque cautelosa, ante la integración de contenido educativo en esta plataforma. Por otro lado, un 20% manifestó que no considera útil seguir cuentas educativas en TikTok, lo que representa un porcentaje no significativo frente al total. Esta distribución sugiere que una parte considerable del estudiantado ve con esperanza el uso de TikTok con fines académicos. Además, la alta proporción de respuestas positivas o potencialmente favorables indica una oportunidad para que docentes y creadores de contenido desarrollen estrategias pedagógicas dentro de la red social. En conclusión, los estudiantes muestran disposición a interesarse más en temas académicos si estos se presentan mediante formatos breves, dinámicos y digitales, como los que ofrece TikTok.

10. En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificarías la influencia de TikTok en tu participación en clases?



Para la presente pregunta diseñada con la escala de Liker, los resultados arrojan que, un 31% de los estudiantes indicaron que TikTok influye negativamente (opción 2), y un 12% respondió que influye muy negativamente (opción 1), lo que representa un 43% de percepción negativa respecto al impacto de esta plataforma en el entorno académico. Por otro lado, un 34% consideró que TikTok influye positivamente (opción 4), mientras que un 10% señaló que influye muy positivamente (opción 5), sumando un 44% de percepción positiva, ligeramente superior al grupo que lo percibe como distractor.

Un 13% manifestó que TikTok no influye en su participación de ninguna forma (opción 3). Esta distribución de respuestas revela una clara diferencia de opiniones, donde casi la mitad del estudiantado percibe un valor motivacional en TikTok, y por otro lado otros reconocen un impacto negativo en la concentración y el desempeño en clase.

Análisis de resultados- Encuesta

En los primeros años cuando nace TikTok, fue evidente su poca relevancia a comparación de otras plataformas como Instagram y Facebook, que ya tenían varios años presente. El verdadero auge de esta plataforma fue en el año 2019, cuando inicio la pandemia COVID-19, en ese momento era lo más dinámico y atractivo con contenidos de corta duración y con efectos musicales.

En la actualidad TikTok no solo es una aplicación juvenil. Hoy en día muchas personas, empresas, centros educativos y marcas adaptaron a esta plataforma como una herramienta que trasciende límites de otras aplicaciones que tienen para realizar contenido con diferentes objetivos.

No obstante esta plataforma no se encuentra lejos de ser una herramienta digital que ayude a los estudiantes a generar nuevos conocimientos y tengan un aprendizaje genuino. Así como lo han utilizado y sugerido estudiantes durante el estudio de caso aplicado en horas de clases, donde se evidenció que los jóvenes tienden a distraerse cuando las clases no tienen dinamismo y herramientas digitales.

Conclusiones

1. Conocer la evolución de la red social TikTok desde su aparición hasta la actualidad. (estudio documental)

TikTok ha experimentado una transformación significativa desde su lanzamiento, dejando de ser únicamente un espacio para el ocio digital para convertirse en una plataforma con impacto transversal en distintos ámbitos, incluido el educativo y profesional. Este crecimiento ha estado marcado por la diversificación de sus contenidos y su capacidad para adaptarse a las tendencias socioculturales, consolidándose como un entorno digital de considerable influencia entre los jóvenes universitarios. No obstante, esta evolución también ha acentuado los desafíos relacionados con su potencial distractor, especialmente en contextos académicos.

2. Determinar el tipo de contenido que consumen los jóvenes que utilizan TikTok en sus horas de clase. (aplicación de la encuesta)

Los resultados evidencian que el consumo en TikTok está liderado por contenidos de entretenimiento, que representan el 48% de las preferencias, seguido por contenidos informativos 27% deportivos 16% y educativos 9%. Aunque la finalidad de entretenimiento es dominante, se observa poco interés hacia los contenidos informativos y educativos, por ello se sugiere la integración de materiales pedagógicos atractivos que responden mejor a los intereses estudiantiles, para que pueda ser de provecho la plataforma.

3. Examinar el impacto de TikTok en el comportamiento y hábitos de consumo de contenido de los jóvenes universitarios en sus horas de clase. (estudio de caso)

En este proyecto el estudio de caso muestra el impacto de TikTok sobre los hábitos de estudio y la participación durante las clases. Mientras una proporción significativa reporta distracción, procrastinación y reducción en la atención debido al uso frecuente de la plataforma, hay estudiantes que sacan provecho y gestionan su tiempo para equilibrar el uso del teléfono, y TikTok, para fortalecer temas impartidos por los docentes. Por ello es importante fortalecer y promover prácticas educativas innovadoras mediante esta red social.

Recomendaciones

1. El uso de TikTok entre los estudiantes universitarios en la carrera de Comunicación en horarios de clases genera efectos compartidos y difíciles de controlar en el ámbito académico.
2. Si bien representa una fuente significativa de distracción, afectado la concentración, la gestión del tiempo y la participación de la mayoría de los casos observados, también surge como una herramienta con potencial pedagógico, de modo que su uso sea consciente y de provecho.
3. En este escenario se observa la necesidad de implementar estrategias metodológicas y recursos atractivos y pertinentes, procurando encontrar un equilibrio entre las tendencias digitales actuales y los objetivos de aprendizaje académico.
4. La integración consciente de plataformas como TikTok, y el uso responsable, permite que los estudiantes tengan nuevos conocimientos y puedan tener un desempeño académico positivo.

Bibliografía

- Herencia, C. A. B. (2020). La propagación digital del coronavirus: Midiendo el engagement del entretenimiento en la red social emergente TikTok. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 171–185.
- Palao Pedrós, L. (2020). El futuro crecimiento de las redes sociales: Instagram, Facebook y TikTok.
- Cerda, G. R. C., & Arias, I. C. P. (2021). TikTok y su rol predominante en la campaña presidencial de Xavier Hervas. *Revista Enfoques de la Comunicación*, (6), 65–96.
- Torres-Toukoumidis, Á., De-Santis, A., & Vintimilla-León, D. (2021). TikTok: más allá de la hipermedialidad. Editorial Abya-Yala.
- Cuadros Rincón, J. V., & Torra Muñoz, S. A. (2022). TikTok y su influencia en la construcción de la identidad en jóvenes.
- Ibarra López, A. N. (2022). Uso de la plataforma TikTok y el aprendizaje en estudiantes de bachillerato durante la pandemia de Covid-19.
- Klimenko, O., & Varela, D. H. (2022). Uso de TikTok, procrastinación académica y gestión del tiempo: caracterización de estudiantes universitarios colombianos. *Psicoespacios*, 16(29), 1–23.
- Shigui, R. I. Z., & Casa, M. A. B. (2022). TikTok como herramienta educomunicacional en los estudiantes de bachillerato del cantón Latacunga. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 7(2), 32.
- Franco, R. M. M., López, A. D., & García, J. A. S. (2023). Impacto de las redes sociales en el rendimiento académico de los adolescentes: Estudio de Instagram y TikTok. *Ciencia y Educación*, 4(2), 12–23.
- Garrigós Simón, F. J., Narangajavana Kaosiri, Y., Sanz-Blas, S., & Buzova, D. (2023, abril). TikTok y Education. En *Proceedings INNODOCT/22. International Conference on Innovation, Documentation and Education* (pp. 477–489). Editorial Universitat Politècnica de València.
- Mera, G. A. A., Balcázar, J. M. G., Haz, G. D. R. P., & Rivas, M. M. A. (2023). Uso de TikTok como una herramienta eficaz de aprendizaje en la educación superior. *RECIAMUC*, 7(2), 22–30.
- Quijano, H. M. M., Durand, G. A. G., Bustamante, C. A. C., Rosas, L. F. M. G., Bustos, P. J. M., & Buitron, A. E. (2024). Procrastinación académica por el

uso de la red social TikTok en estudiantes universitarios. *Bitácora Journal*, 2(1), 73–90.

Trejos-Gil, A., Tordecilla-Pájaro, C., & Mena Mena, D. (2024). Adicción a la red social TikTok en jóvenes universitarios colombianos. *Revista de Comunicación y Salud*, 14.

Vintimilla Luzuriaga, P. A., & Erazo Álvarez, J. C. (2025). Impacto de las estrategias de contenido interactivo en TikTok en la participación universitaria. *RUNAS Journal of Education and Culture*, 6(12), e250238.

<https://runas.religacion.com/index.php/about/article/download/238/412/648>

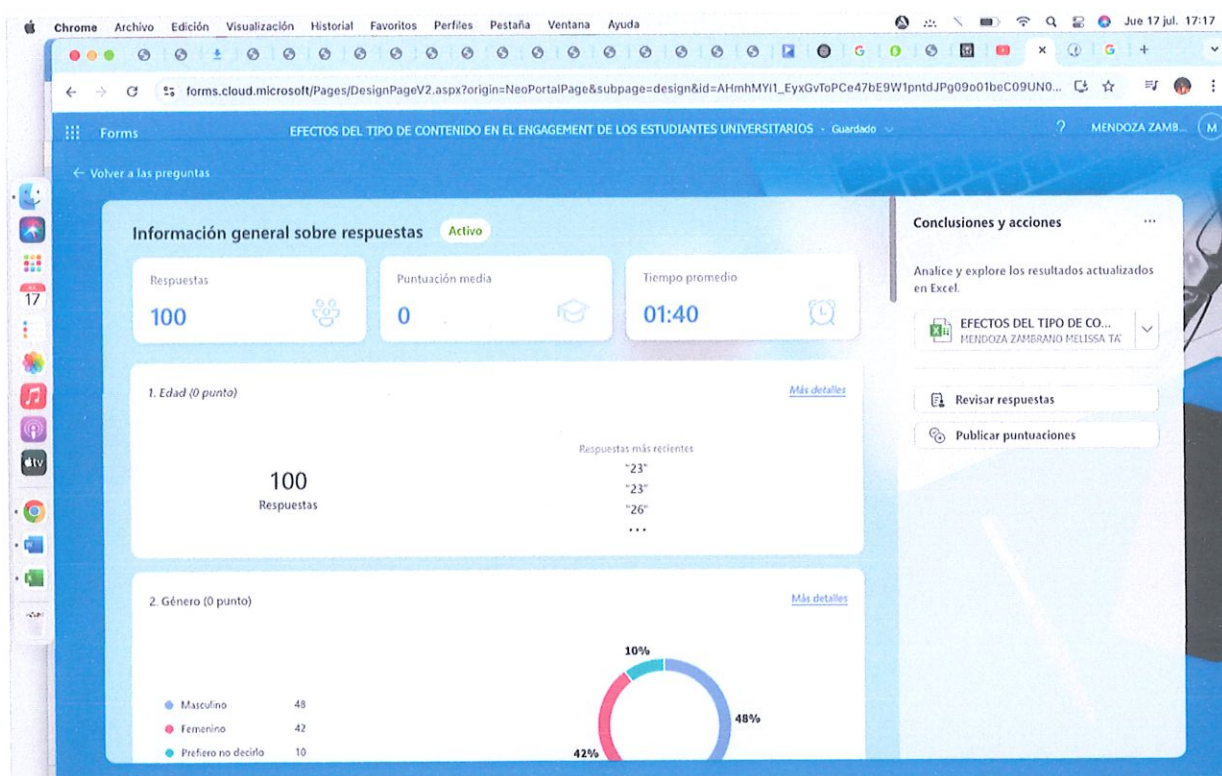
Anexos

Ficha de observación

La siguiente ficha de observación fue aplicada para poder recolectar datos significativos para este proyecto de investigación.

Nombre	Edad	Semestre	Día	Hora	Tiempo de consumo del teléfono
Samantha Seminario	18	1 er	Miércoles 16 de julio de 2025	10:30 a.m.	El tiempo de uso variaba entre 5 y 6 minutos
Jessica Saavedra	17	1 er	Miércoles 16 de julio de 2025	10:30 a.m.	El tiempo de uso variaba entre 3 y 4 minutos
Jictzad Veélez	19	1 er	Miércoles 16 de julio de 2025	10:30 a.m.	El tiempo de uso variaba entre 8 y 12 minutos
Enarosy Mendoza	22	9no	Jueves 17 de julio de 2025	14:00 p.m.	El tiempo de uso variaba entre 8 y 10 minutos
Sandra Intriago	24	9no	Jueves 17 de julio de 2025	14:00 p.m.	El tiempo de uso era de 5 minutos
Jamilexy Ventura	23	9no	Jueves 17 de julio de 2025	14:00 p.m.	El tiempo de uso era de 10 minutos

Encuesta aplicada en forms office



Encuesta**Datos generales**

Edad: _____

Género:

Masculino

Femenino

Prefiero no decirlo

Preguntas de investigación**3. ¿Con qué frecuencia utilizas TikTok dentro de tus horas de clase?**

Siempre

Frecuentemente

Ocasionalmente

Raramente

Nunca

4. ¿Consideras que TikTok interfiere con tu concentración durante las actividades académicas?

Sí

No

A veces

5. ¿Qué tipo de contenido consumes principalmente en TikTok?

Educativo

Informativo

Deporte

Entretenimiento

6. ¿Crees que el contenido en TikTok puede tener un valor educativo si se utiliza correctamente?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Neutral

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

7. ¿Te ha pasado que pospones deberes académicos por estar viendo TikTok?

Siempre

A veces

Raramente

Nunca

8. El contenido de entretenimiento en TikTok me resulta más atractivo que los materiales académicos.

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Neutral

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

9. ¿Consideras que seguir cuentas educativas en TikTok podría mejorar tu interés en temas académicos?

Sí

No

Tal vez

10. En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificarías la influencia de TikTok en tu participación en clases?

1 – Influye muy negativamente (me distrae completamente)

2 – Influye negativamente (me desconcentra a veces)

3 – No influye en nada

4 – Influye positivamente (me motiva o complementa lo visto en clase)

5 – Influye muy positivamente (lo uso como recurso de aprendizaje o participación activa)

Anexos

Se realiza visitas a dos cursos de la facultad de comunicación para realizar el estudio de caso y obtener resultados cualitativos.

Visita a estudiantes de 1er semestre de la carrera Tecnológica sección matutina, mientras estaban en clases con la Lic. Miriam Quiroz.



Tutorías



Visita a los estudiantes de 9no semestre en materia de itinerario con la Dra. Damian Mendoza

