

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**



TESIS

**El 'TikTok' como estrategia de comunicación
didáctica universitaria**

**Para optar el título profesional de:
Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

**Autoras: Bach. Karla Grecia HUAMAN MEDINA
Bach. Frecuencia Guadalupe RAMÍREZ MAURY**

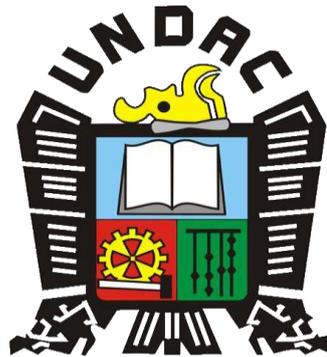
Asesor: Dr. Pedro Amílcar CHARRY AYSANOA

Cerro de Pasco - Perú - 2022

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**



TESIS

**El 'TikTok' como estrategia de comunicación
didáctica universitaria**

Sustentada y aprobada ante los miembros del Jurado:

Dr. Andrés Alfredo PALACIOS CASTRO
PRESIDENTE

Mg. Juan Carlos YANGALI VARGAS
MIEMBRO

Mg. Rubén ROJAS CHIARA
MIEMBRO

DEDICATORIA:

A mi madre Sonia, por ser mi cómplice y motivación
para cumplir cada una de mis metas.

A mis hermanas Angela y Carina por compartir
conmigo sabiduría, protección y mucho amor.

A mi familia entera por confiar y valorar
cada uno de mis esfuerzos.

Karla Grecia

A mis padres, Elías Ramírez Polo y
Guadalupe Maury Prado, por su apoyo
incondicional durante toda mi formación profesional.

Frecuencia Guadalupe

RECONOCIMIENTO:

Expresamos un sincero homenaje a nuestros padres y el reconocimiento a los maestros, que forjaron en nosotras la pasión por la comunicación.

Karla Grecia y Frecuencia Guadalupe.

RESUMEN

El ‘TikTok’ como estrategia de comunicación didáctica universitaria, es el resultado de un análisis enfocado desde las aulas universitarias, cuando la censura a los alumnos por el uso de teléfonos celulares por educadores no encajaba con los avances tecnológicos de la época, por lo que su empleo subrepticio terminaba incluso en decomisos innecesarios. En los tiempos de pandemia cuando los docentes y educandos ingresaron a una nueva realidad con el trabajo remoto, la demanda de artículos electrónicos para cumplir con los fines de la educación en todo nivel, se hicieron imprescindibles y recién se valoró al Smartphone, como una herramienta que debía llenar la carencia de soporte digital.

La investigación básica de enfoque cualitativo se desarrolló para demostrar que el TikTok es un medio estratégico en la comunicación didáctica universitaria. El diseño de investigación fue el fenomenológico por ser este aplicativo un fenómeno social actual. La interpretación es el resultado del análisis a siete vídeos de TikTok educativos escogidos por la técnica intencional selectiva, dos de los cuales, producidos por las autoras en un universo de estudio infinito, para lo cual se estructuró una ficha de análisis de contenido. El estudio concluye que el TikTok, es la herramienta versátil, de fácil producción y a bajo costo, para que la comunicación didáctica, logre la transmisión óptima de información entre el educador y educando o viceversa, en un estado de comprensión afectiva y empática durante el proceso de enseñanza – aprendizaje, en la universidad.

Palabras clave: TikTok educativo, estrategias educativas, comunicación didáctica.

ABSTRACT

The 'TikTok' as a university didactic communication strategy, is the result of an analysis focused from university classrooms, when the censorship of students for the use of cell phones by educators did not fit with the technological advances of the time, for what their surreptitious employment ended up even in unnecessary seizures.

In times of pandemic when teachers and students entered a new reality with remote work, the demand for electronic items to meet the purposes of education at all levels became essential and the Smartphone was recently valued as a tool. that should fill the lack of digital support.

The qualitative approach basic research was developed to demonstrate that TikTok is a strategic medium in university didactic communication. The research design was phenomenological because this application is a current social phenomenon. The interpretation is the result of the analysis of seven educational TikTok videos chosen by the selective intentional technique, two of which were produced by the authors in an infinite study universe, for which a content analysis file was structured. The study concludes that TikTok is the versatile, easy-to-produce and low-cost tool for didactic communication to achieve the optimal transmission of information between the educator and the student or vice versa, in a state of affective and empathic understanding during the process. of teaching - learning, in the university.

Keywords: Educational TikTok, educational strategies, didactic communication.

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado Calificador:

En nuestra condición de bachilleres de Ciencias de la Comunicación egresadas de esta Universidad, tenemos el gusto de presentar nuestro trabajo de investigación, la que tiene sustento en el paradigma interpretativo por lo mismo, es un estudio cualitativo enmarcado en el análisis del TikTok, que es un aplicativo digital exclusivo de los teléfonos celulares, convertido en un fenómeno mundial y de cómo puede ser utilizado como estrategia de comunicación didáctica en la educación universitaria, como sí lo están empleando en distintos niveles educativos, sobre todo en estos tiempos en que la educación remota, exige innovaciones en materia tecnológica y empleo de herramientas digitales.

El contenido está diseñado en cuatro capítulos, el primero de ellos contiene la introducción del estudio; el segundo presenta el marco teórico, en el tercero se presenta la metodología aplicada a la investigación y finalmente la información resultante de la aplicación del instrumento de recojo de datos.

Ponemos en su especial consideración con el deseo de optar el título profesional que es la meta que debemos alcanzar, al haber culminado nuestros estudios en el pregrado.

Muchas gracias.

Las autoras.

ÍNDICE

DEDICATORIA	
RECONOCIMIENTO	
RESUMEN	
ABSTRACT	
PRESENTACIÓN	
ÍNDICE	
CAPÍTULO I	
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO	4
2.1 Antecedentes de estudio.....	4
2.2 Bases teóricas científicas	14
2.3 Definición de términos conceptuales.....	39
CAPÍTULO III	
METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	44
3.1 Tipo de investigación.....	44
3.2 Método de investigación.....	44
3.3 Diseño de investigación (opcional).....	44
3.4 Población y muestra.....	44
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	45
3.6 Técnicas de procesamiento y análisis de datos	45
3.7 Orientación ética.....	45
CAPÍTULO IV	
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	46
4.1 Presentación, análisis e interpretación de resultados.....	46

4.2	Discusión de resultados (Opcional)	63
-----	--	----

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

Anexo 1: Instrumento de recolección de datos

Anexo 2: Declaración de originalidad de la tesis

Anexo 3: Videoclip: TIKTOK como HERRAMIENTA EDUCATIVA 2021

Anexo 4: Videoclip: ¿Qué es la comunicación didáctica?

Anexo 5: Videoclip: Crear videos educativos con TikTok

Anexo 6: TikTok: Lenguaje corporal de un líder

Anexo 7: TikTok: Investigación cualitativa (a modo de ejemplo)

Anexo 8: TikTok: Los ángulos de la cámara (de la autora)

Anexo 9: TikTok: Consejos para una buena locución (de la autora)

Anexo 10: TikTok: Ángulos de la cámara (TikTok arreglado)

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Las plataformas digitales revisten importancia en las innovaciones que transforman sociedades enteras y más, en momentos en que el mundo atraviesa una etapa crucial debido a la pandemia desatada por el Sars Cov-19 que obliga al aislamiento social, donde el sistema educativo que no estuvo preparado para afrontar la emergencia, ha colapsado con irremediables implicancias que desencadenaron en el abandono y deserción estudiantil, como la incapacidad docente; obviamente con sus naturales excepciones; en la atención del educando de manera sostenida en el intento de superar la brecha tecnológica.

En el Bicentenario de la independencia del Perú, no se han colmado las necesidades insatisfechas en el sector educación y fría e impotentes, asistimos a lo caótico que resultaron los modelos educativos implementados por el Estado, replicados en las universidades y en la mayor parte de ellas, no implementadas ni preparadas para eventos de las características del Covid-19.

El empleo de las tecnologías de educación e información, llamadas TICs, de aparente dominio de docentes y educandos, no fue tal, sino cuando se hicieron visibles las

dificultades que afrontaron ambos actores de la educación al no superar la crítica situación que se afronta desde más de un año atrás. La realidad incuestionablemente es muy evidente, por lo que estudios desarrollados en el mundo, han determinado que estas “tecnologías en el contexto educacional desempeñan un rol fundamental y son cada vez más imprescindibles en el acceso universal al conocimiento” siendo un factor influyente en la “democratización de la enseñanza, dado que su adecuado empleo contribuye a brindar un aprendizaje de calidad” entendiéndolo así estas tecnologías se convierten en “una aliada para la formación, capacitación y auto-superación de los docentes, así como para la gestión, dirección y administración más eficientes del sistema educativo” (Granda & Espinoza, 2019).

En la amplia gama de entornos digitales, plataformas y un sinnúmero de aplicativos que son de fácil acceso de la generación actual, se halla el más famoso de los últimos y que tiene en sus usuarios a miles de millones de seguidores en todo el mundo y es el llamado TikTok, una plataforma china que es de fácil uso para transmitir multimedios de manera divertida por los efectos premunidos por sus fabricantes. El TikTok tiene sus propias características y eminentemente es usado en los teléfonos Smartphone. Ha desencadenado todo un fenómeno social en el mundo, a la par que es utilizado por personajes de la farándula o por quienes simplemente quieren divertirse con piruetas, chistes o contenidos irónicos grabados en vídeos de poca duración que puede llegar hasta los 60 segundos, lo que podría ampliarse de acuerdo a la habilidad del Tiktoker, formando una suerte de videoclip que transmita ideas completas con la facilidad que permite la transmisión cibernética.

Sin embargo, en el sistema educativo, contrariamente a lo que ocurría antes, con la prohibición del celular en las clases presenciales, como resultado del aislamiento social por la pandemia, ahora se hace necesario e incluso, imprescindible su utilización. Y es

que sólo mediante el teléfono inteligente, el TikTok, puede ser accesado por el usuario aprovechando sus bondades, como el uso versátil con los datos de internet en el Smartphone, ‘navegando’ en un sinfín de producciones de todo tipo, lo que le convierte en una estrategia innovadora de comunicación didáctica, con fines educativos y comunicacionales a todo nivel.

El estudio, analizará las cualidades del TikTok y su empleo en la educación universitaria, tomando como preguntas orientadoras las relacionadas a su empleo estratégico en la carrera de las Ciencias de la Comunicación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de estudio

- **A nivel internacional**

- a) Con el título “Estrategias que mejoren el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el papel del docente y su proceso de formador en la institución educativa Gabriel Correa Vélez del municipio de Caracolí Antioquia. Colombia año 2014”, Velásquez (2017) hizo un estudio cuantitativo a nivel de posgrado cuyo objetivo fue determinar la manera como se puede optimizar el uso de las TIC para que el docente de la institución referida en el título ubicada en la ciudad de Antioquia – Colombia, mejore su actuación en el proceso de aprendizaje. El estudio se realizó en una población de 29 profesores licenciados en las diversas áreas y 620 estudiantes desde transición hasta el grado 11, de los que se extrajo una muestra de 8 docentes y submuestra de 8 alumnos seleccionados mediante de manera intencional en quienes demuestran el manejo de las TICs. Para ese fin, empleó como técnicas de estudio la entrevista y la observación a ambos grupos, habiendo diseñado

sus instrumentos de medición que le permitió tener resultados agrupados por categorías construidas a través de un proceso de codificación y comparación constante de los datos recolectados con los que estableció relaciones y explicaciones del inadecuado manejo de las tecnologías de información y comunicación en relación con los avances tecnológicos del momento. Los resultados evidenciaron que los docentes emplean metodologías tradicionales como desplazar a los discentes al aula de informática para que consulten conceptos y los transcriban al cuaderno sin tener en cuenta aspectos relacionados con la planeación didáctica, de lo que se concluye que los docentes presentan dificultades en el uso técnico y didáctico de las TICs, debido a que siguen aplicando métodos tradicionales. El autor recomienda articular las tecnologías de información y comunicación al proyecto educativo institucional, reformulando la práctica pedagógica desde la didáctica aprovechando herramientas de visualización y comunicación, como estrategias de optimización del proceso educativo.

- b)** ALARCÓN ARIZA, Diego Alexander y BARRERA BARÓN, Javier Antonio desarrollaron un estudio denominado “Uso de internet y delitos informáticos en los estudiantes de primer semestre de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Sede Seccional Sogamoso 2016” con el objetivo de determinar la relación que existe entre sus variables. La metodología aplicada se caracteriza por ser de tipo básico con un nivel correlacional y diseño no experimental de enfoque cuantitativo. La técnica aplicada para la recolección de la información fue un cuestionario validado mediante la técnica Delphi, cuya confiabilidad se determinó a través de una prueba piloto aplicado a diez estudiantes con el Alpha de Cronbach, mientras que para hallar la relación

existente entre las variables se aplicó el método del Chi-cuadrado. El informe no registra la población en estudio y se limita a la muestra que es “finita ya que es menor de 100 sujetos, por tal motivo la muestra está conformada 60 estudiantes pertenecientes al primer semestre de pregrado de la facultad de Farmacología de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, sede Sogamoso”. Los resultados del estudio refieren que el grado de correlación de las variables “Uso del internet y los delitos informáticos” luego de la prueba estadística se sitúa en una relación positiva y significativa con un valor $p < 0,0001$, menor que 0,005, determinándose los rangos de relación del uso del internet en $r = 0,980$ y delitos informáticos en $r = 0,975$, lo que significa que la hipótesis alterna se acepta. De estos resultados se visualiza de manera concreta cómo las prácticas inapropiadas del uso del internet para fines académicos y el uso de las redes sociales se convierten en barreras para la productividad del conocimiento, por lo que es importante direccionar esfuerzos desde la docencia para fortalecer las competencias informacionales y contribuir a la visión integral del uso de la tecnología como herramienta y medio de exploración del saber científico produciendo conocimientos que enriquezcan el nivel académico y personal (Alarcón & Barrera, 2017).

- c) Con el título “Uso pedagógico de las TIC y su relación con el aprendizaje en la asignatura de logística integral del programa administración policial en la Escuela ‘General Francisco de Paula Santander’ en Bogotá - Colombia 2015”, ZAMBRANO JIMÉNEZ, Pedro Abel, sustentó su tesis de maestría de enfoque mixto con diseño correlacional – descriptivo en una población de 140 cadetes alféreces integrantes de una compañía de 4 secciones con 35 cadetes cada una y una muestra de 80 unidades. Para la recogida de datos aplicó la técnica de la

‘observación no participante’, estudiando la realidad en su contexto natural y cómo sucede, interpretando el fenómeno en las personas implicadas; se ayudó con la entrevista a los individuos seleccionados con el objetivo de determinar cómo se puede optimizar el uso pedagógico de las TIC, para mejorar el aprendizaje en la asignatura Logística Integral, orientados a optimizar la formación del oficial de Policía. El estudio presenta resultados reunidos por categorías construidos y comparados con los datos y la información recolectada relacionándolos y explicándolos de manera que responden a sus problemas de investigación. Los resultados refieren que en términos de redes sociales, un porcentaje del 35 % de la muestra obtenida, las utiliza a través de dispositivos inteligentes, pero primordialmente para el ocio, y con muy pocas excepciones las utilizan con fines académicos, de lo que se colige que no hemos aprendido que el verdadero poder que tienen Las TIC aplicadas en los procesos de enseñanza – aprendizaje radica en la interacción con metodologías y estrategias concretas que; movilizadas por el profesor; puedan llegar a la adquisición de la información y a la construcción del conocimiento. El estudio concluyó en que la institución policial a pesar de contar con políticas y un sistema educativo en donde se incluye la transformación y ajustes a los programas académicos, no cuenta con estrategias de uso de las Tic, por lo que se hace necesario y de una forma categórica, masificar el uso pedagógico y la relación con las demás asignaturas dentro del proceso enseñanza aprendizaje en la escuela (Zambrano, 2017).

- **A nivel nacional**

- a) Corilla (2020) mediante un trabajo de investigación titulado “El uso de TikTok como herramienta para generar Content Marketing por las marcas dirigidas a

jóvenes de 17 a 25 años” ha buscado conocer los beneficios que las marcas dirigidas a jóvenes obtienen, al estar en constante Interacción a través del TikTok, teniendo en cuenta las diversas herramientas y opciones de manejo para crear contenidos que ofrece esta aplicación. El estudio se desarrolló en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas logrando con él, optar el grado de Bachiller en Comunicación y Publicidad. La metodología fue de carácter cualitativo, porque se trató acerca de las percepciones e intereses de los usuarios en TikTok, de tal manera que cada marca pueda utilizar estos descubrimientos para adaptarlos a los distintos mensajes de comunicación que buscan transmitir al público objetivo. Como técnica de investigación utilizó la entrevista con preguntas abiertas, que le permitieron recabar amplia información acerca de las preferencias e intereses de las personas, en un público objetivo entre varones y mujeres de edades entre 17 a 25 años de los niveles socioeconómicos B y C, quienes hacen uso de la red social de manera frecuente y son residentes en Lima, Perú. Los resultados dan cuenta que la interacción de los usuarios del TikTok, permite compartir sus contenidos relacionados a marcas y productos de interés del grupo, además de intercambiar sus gustos y preferencias sobre actividades cotidianas.

- b)** En la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, con el título “Los micro influencers en TikTok como promoción de la recordación de marca en millennials. Caso Adidas”, Pérez (2020) sustentó su trabajo de investigación para optar el grado de Comunicación y Publicidad, con el propósito de identificar, cómo el uso de la marca Adidas por los usuarios de la red social TikTok, promueve la recordación de dicha marca en los millennials, como se les conoce a las personas nacidas entre 1980 y 1993. El

enfoque del estudio fue el cualitativo, empleándose como técnica de estudio la entrevista en profundidad. El estudio no señala la población ni muestra, pero refiere que tomaron “como variables a los micro influencers de la red social TikTok (X1) y a la recordación de marca (X2)”, siendo la variable dependiente la percepción de los Millennials (Y), lo que permitió al investigador recolectar información relevante sobre las perspectivas de este grupo etáreo sobre el tema planteado, “indagando en sus motivaciones y la consecuencia de estas en la recordación de la marca Adidas”, lo que efectivamente se ha visto reflejado en los resultados de la investigación, partiendo del conocimiento previo de este grupo generacional, resultando que los micro influencers en la red social TikTok, responden al estímulo comercial de uso de la marca Adidas, como consecuencia del intercambio de opiniones que desarrollan entre sí.

- c) Cabezas (2015) a través de un diseño cuasi experimental con dos grupos comparativos, estudió la “Influencia de la red social Facebook como recurso didáctico en la Mejora de aprendizaje de contenidos en los estudiantes del curso Productos y Servicios Financieros del IFB CERTUS”, empleando como instrumento de recojo de datos, un pre test y pos-test validados para conocer el comportamiento del grupo de control y del experimental, todos pertenecientes al primer ciclo del año 2014-II del Instituto de Formación Bancaria en Lima. Los resultados obtenidos demostraron al investigador que existe una mejora significativa en el aprendizaje de contenidos de la asignatura, gracias al empleo del Facebook al que llamó herramienta complementaria a las usadas tradicionalmente en el proceso enseñanza – aprendizaje, conociéndose que los estudiantes socializaban entre ellos y el docente de manera participativa y colaborativa despertando entre ellos la

constante motivación en sus clases. Entre sus conclusiones da cuenta que el uso del Facebook como recurso didáctico, permite la mejora en el aprendizaje de contenidos en los estudiantes, debido a que al encontrarse familiarizado con su uso, extiende las actividades pedagógicas de la asignatura hacia un ambiente grato para el docente y alumno.

- d)** Tito (2018) ha realizado un estudio titulado “El Facebook como recurso en el aprendizaje significativo en estudiantes del nivel secundario de la GUE Inca Garcilaso de la Vega del Cusco”, cuyo objetivo fue determinar la influencia del Facebook como recurso, en el aprendizaje significativo de estudiantes secundarios. La población en estudio estuvo conformada por 680 alumnos del turno tarde y 105 profesores de la que se eligió una muestra aleatoria simple para la investigación de diseño descriptivo explicativo, empleando como técnica de estudio la observación directa durante el tiempo del trabajo de investigación; los resultados permitieron conocer las dificultades que tienen los alumnos en el proceso de aprendizaje al tiempo que se determinó una aceptación e integración del Facebook como un recurso educativo. Las técnicas de estudio fueron: la entrevista aplicada a los alumnos del nivel secundario de la institución educativa Garcilaso de la Vega para medir sus niveles de conocimiento y empleo de este recurso de la red social y una encuesta con un cuestionario de preguntas aplicada a la muestra, que sirvió para determinar el nivel de conocimiento y uso de los recursos tecnológicos (multimedia) en el proceso de enseñanza - aprendizaje. Finalmente se concluyó que la mayoría de los alumnos maneja el Facebook como un recurso de aprovechamiento educativo en el aprendizaje en las diferentes áreas de estudio, como también que su uso, permite optimizar el aprendizaje significativo de los

alumnos de dicho nivel secundario. En suma, se conoció que un porcentaje importante de alumnos tiene en el Facebook, un recurso gratuito que les permite interconectarse para interactuar y compartir contenidos beneficiando de mejor manera el aprendizaje de los usuarios.

- e) Iliquín (2018) sustentó su tesis titulada “Plan de actividades basadas en la utilización del Facebook para mejorar el aprendizaje del idioma inglés de los estudiantes del cuarto grado de secundaria en la Institución Educativa Seminario Jesús María, Amazonas 2018”, con el objetivo de conocer el Impacto del Facebook en una población estudiantil formada por alumnos de educación secundaria. Para conocer el efecto de esta herramienta diseñó una ficha de encuesta organizada por categorías y variables cuyos análisis fueron organizados en tablas y gráficos (sic). Los resultados del estudio; según su autor; dieron cuenta que la gran mayoría de docentes y estudiantes tienen sus perfiles abiertos en la red social Facebook, pero esta herramienta didáctica tiene un mal uso por lo que los alumnos reclaman la presentación de actividades más creativas que deben ser divulgadas por el Facebook con la finalidad de mejorar el aprendizaje del idioma inglés. El trabajo tiene interesantes conclusiones como que una adecuada implementación de esta red social para la enseñanza del inglés, junto a una metodología constructivista permitirá la adquisición de aprendizajes significativos en el alumno, trascendiendo más allá del aula. De otro lado da cuenta que la inclusión de las herramientas tecnológicas en el proceso de enseñanza - aprendizaje del inglés; no sólo en la teoría; sino en la práctica dentro y fuera del aula con los estudiantes, permitirá planificar de mejor manera las sesiones de aprendizaje

tomando en consideración el Facebook, planificándolas de acuerdo al horario de clases.

- f)** Yovera (2019) a través del estudio “Uso del Facebook en el Rendimiento Académico de los Estudiantes de la Academia Siglo XXI del Instituto de Educación Superior de Pedagógico Público de Uchiza, 2019”, ha logrado analizar la relación existente entre sus variables Facebook y Rendimiento Académico que le permitió determinar las ventajas y desventajas que se derivan del uso de esta red social. Para la investigación seleccionó una muestra de 40 estudiantes en una población constituida por alumnos de la academia Siglo XXI que refiere el título de su tesis. El estudio no experimental tuvo un diseño correlacional de corte transversal. Los resultados destacan un nivel alto en el empleo del Facebook lo que determina un nivel de rendimiento académico también “alto”. Los resultados llevaron a concluir que existe una relación negativa (relación inversa) débil entre el nivel de uso del Facebook y el nivel de Rendimiento Académico de los estudiantes de la población estudiada.
- g)** García (2017) realizó una investigación con el objetivo de determinar la relación entre la adicción al Facebook y la comunicación padre – adolescente, tomando como población de estudio a los alumnos de educación secundaria “de una institución educativa”. El estudio tuvo un diseño correlacional, utilizando para ello como instrumento de recojo de datos los cuestionarios validados y confiables de encuesta con escalamiento de Bergen para medir el nivel de adicción al Facebook y la escala de Barnes y Olson para medir la variable Comunicación Padres – Adolescente, en una muestra de 197 estudiantes varones y mujeres con edades que oscilan entre 12 a 18 años.

Según el estudio, la adicción al Facebook está relacionada con la comunicación de los padres y adolescentes de forma inversa con un nivel altamente significativo; además que existe una relación positiva entre la adicción al Facebook y las dimensiones de problemas de comunicación hacia los padres y una relación negativa con la dimensión apertura hacia los padres, incidiendo que no se han encontrado diferencias significativas en la comunicación madre y padre en relación al género. Concluye por lo tanto que esta adicción de los adolescentes al Facebook, al estar relacionada de manera inversa y significativa con la escala general comunicación padres – adolescente se convierte en una herramienta de protección ante ciertos riesgos a los que estarían expuestos los adolescentes.

- h)** La investigación realizada por Portocarrero (2016) con el título “Las TIC en los procesos comunicativos didácticos y su relación con el rendimiento académico, de los estudiantes de la Escuela Profesional de Educación Inicial y Primaria de la Universidad Nacional de Ucayali-2014”, orientó como objetivo determinar la relación existente entre sus variables mediante un diseño correlacional – descriptivo, con enfoque cuantitativo en una población estudiantil del III ciclo de la escuela de educación primaria en la Universidad Nacional de Ucayali, Perú de la que se seleccionó una muestra de 8 docentes y 40 estudiantes, en quienes se aplicó una encuesta con un cuestionario de 15 ítems que permitió medir la dimensión ‘dispositivos TICs, espacios virtuales y redes sociales’ para su variable independiente, mientras que para la dependiente ‘rendimiento académico’ utilizó una ficha de observación que recogió la información de las actas de notas finales del III ciclo en los cursos de entornos virtuales de enseñanza y aprendizaje; fundamentos de la educación

primaria; didáctica general; lógica; desarrollo humano; educación para la salud; tecnologías de la información en las comunicaciones I y sociología. Los instrumentos fueron validados mediante el juicio de expertos demostrando un nivel de confiabilidad de 0,756. Los resultados de la investigación demostraron que existe una relación directa y significativa entre el empleo de las TICs en los procesos comunicativos didácticos con el rendimiento académico de los estudiantes del III ciclo de la escuela profesional de Educación Primaria de la Universidad Nacional de Ucayali 2014.

2.2 Bases teóricas científicas

- **El TikTok**

Es una aplicación digital creada en China, inicialmente conocida como Douyin, y se emplea en las redes sociales cada vez de manera más agresiva para compartir vídeos de corta duración y tiene una demanda entre adolescentes de todo el mundo. El aplicativo es utilizado para crear los llamados vídeoselfies donde los usuarios utilizan el aplicativo para grabarse a sí mismos, sea cantando, en playback una canción o moviendo los dedos de un modo muy particular denominado finger dance.

El funcionamiento del TikTok es similar al de otros fenómenos de las redes sociales donde el público joven, particularmente, va creando de modo gratuito sus perfiles en una cuenta previamente abierta en el G-mail para luego compartirlas a sus contactos. “Los vídeos pueden tener hasta 10 segundos y es posible grabarlas en varias tomas. De este modo, solo se graba mientras se tiene el botón pulsado y existe la posibilidad de hacer después un pequeño montaje” (Armetrics, s.f.).

De acuerdo con esta definición que coincide con otras, el TikTok te permite “ralentizar, acelerar y modificar con filtros los vídeos una vez grabados. Otra de las opciones de TikTok es la de ver las reacciones de los usuarios mientras observan un vídeo de otro en una pequeña ventana”. Así, los usuarios se interconectan entre sí, imprimir los “likes” a los vídeos e incluso comentar en directo. Sin embargo, así como tiene ventajas de comunicación en tiempo real, las críticas contrarias a sus bondades se han centrado en que el uso indiscriminado involucra a usuarios de corta edad o el que no permite ajustes de privacidad parciales, por lo que los perfiles de usuarios son totalmente públicos o privados. Este uso indiscriminado, ha dado lugar a que el TikTok, esté en cierto modo desprestigiado por haberse “viralizado” los vídeos ligados a la farándula o a los escándalos de espectáculos, disminuyendo su uso en la educación como una herramienta que muy bien direccionada, serviría al proceso de aprendizaje de menores y adolescentes del mundo.

- **La “Teoría de los bloques”**

El fenómeno social preferido por los más jóvenes de la red está empleando sus propias estrategias para impulsar a usuarios desconocidos a convertirlos en los llamados “influencers”, como para viralizar ciertos contenidos de acuerdo a los grupos sociales a los que quieren influenciar. Contrariamente a otros aplicativos y plataformas de las redes sociales, el TikTok no ofrece información alguna sobre cómo funciona su algoritmo, lo que hace pensar además que no se aplica de manera igual para todos los usuarios, de ahí que Max Li, usuario influyente de esta red, quien conoce el aplicativo por haber trabajado para la empresa con millones de seguidores y se hace llamar extiktokero, ha descifrado el sistema del aplicativo y asegura que su empleo

no es equitativo por lo que ha lanzado y defiende su “Teoría de los Lotes”, en relación a las características del TikTok el que dice emplea la pestaña donde recomienda contenidos a cada usuario, la denominada ‘para ti’ (For You, en inglés), con esta teoría, Li, sostiene que esta red social quiere mostrar en un primer momento ese vídeo sólo a un grupo seleccionado de personas, de entre 300 a 500 a cuya muestra ha denominado “Cold Open”.

De acuerdo a la teoría del extiktokero Li, el vídeo seleccionado no se muestra a todos los seguidores del usuario, sino, sólo a esa muestra seleccionada de seguidores, quienes lo pueden ver durante dos horas aproximadamente, de acuerdo a los likes, comentarios y reacciones que reciba, su difusión se amplía a un número mayor de espectadores o simplemente ya no se muestra más. Este proceso se repite de forma consecutiva y la cantidad de espectadores va en aumento en dependencia de las interacciones, lográndose un mayor número de audiencia, con lo que se llegaría a su “viralización”. Aparte de ampliar su difusión de manera sostenida, el vídeo es sometido a un proceso final controlado por un ‘sistema de inteligencia artificial’ que evalúa que el contenido no viole sus términos y condiciones de uso. Al finalizar satisfactoriamente cada paso, entra en un proceso manual, donde empleados de TikTok comparten el contenido haciéndolo “superviral” en la plataforma (Romero, 2020).

De acuerdo al ex “influencer de TikTok” Max Li, como se dijo trabajó para la compañía por mucho tiempo, esta teoría llamada también “de los lotes”, en alusión a que los vídeos producidos con este aplicativo se “sueltan por lotes” es el resultado del análisis de cierta cantidad de vídeos en los que Li, ha analizado el algoritmo de recomendación de la app. Brady Shearer, es

responsable del canal de Youtube sobre el manejo de herramientas de marketing digital denominado Pro Church Tools, quien, luego de haber obtenido información desde la propia empresa china a través de uno de sus trabajadores que le confirmó la teoría, afirma que “los vídeos pasan en torno a dos horas en el primer escalón (lote) antes de ser evaluados para una distribución más amplia” para aseverar seguidamente que “si el desempeño sigue siendo óptimo en el segundo lote, los contenidos pueden acceder a un nivel superior” Shearer refiere también que para que ocurra la “superviralización”, los vídeos son sometidos a una evaluación a través de la aplicación de inteligencia artificial, para que los productores tengan la certeza de que éstos, no “violan sus términos y condiciones de uso”. Finalmente, da cuenta que “existe un nivel superviral en el que los vídeos son incluidos manualmente por trabajadores de TikTok” (Xataka, 2020).

- **El algoritmo informático**

Robledano (2019), sustenta que el algoritmo es un término proveniente del sobrenombre de un matemático árabe del siglo IXX, Al-Khwarizmi, “que fue reconocido por enunciar paso a paso las reglas para las operaciones matemáticas básicas con decimales (suma, resta, multiplicación y división)”. Este supuesto permite reconocer que el algoritmo es un conjunto de “órdenes consecutivas que presentan una solución a un problema o tarea”. El algoritmo en la actualidad está indiscutiblemente ligada a la informática, sobre todo en la llamada programación de algoritmos informáticos.

Los conceptos acerca del algoritmo existentes en la era digital, los relacionan con una serie compleja de algoritmos escritos en el llamado ‘lenguaje de programación’, por lo que el conocimiento de algoritmos es fundamental. De

acuerdo con estos conceptos, un algoritmo informático está compuesto por “instrucciones finitas que llevan a cabo una serie de procesos para dar respuesta a determinados problemas. Es decir, un algoritmo informático resuelve cualquier problema a través de unas instrucciones y reglas concisas, mostrando el resultado obtenido”.

La secuencia del algoritmo sigue por tres etapas que se distinguen en la entrada o input del algoritmo, que es donde se introducen todos los datos que requiere para operar el algoritmo. En seguida, se tiene el procesamiento, que es donde el algoritmo realizará una serie de cálculos lógicos para resolver el problema, de acuerdo con la información ingresada. Al final se tiene la salida u output, secuencia donde se muestran los resultados obtenidos en el procesamiento de datos. De ahí que para producir un algoritmo se debe considerar sus características secuenciales, porque se procesan una después de la otra; deben ser lo necesariamente precisos, para resolver el problema; seguir un orden lógico, debiendo ser leídos y ejecutados de forma precisa; finitos, porque responden a un número determinado de secuencias; concretos, porque muestran un resultado del problema resuelto y definidos, debido a que a las mismas entradas siempre deben tenerse las mismas salidas, por lo que un algoritmo “debe ser suficiente para resolver el problema y ante varios algoritmos que resuelvan el mismo problema, siempre será preferible el que tenga un camino más corto”.

- **Algoritmos cualitativos y cuantitativos**

Siguiendo la constitución algorítmica a través de sus signos, se distinguen los cualitativos y cuantitativos, lo que significa que, en el primer caso, los algoritmos cualitativos se caracterizan por tener secuencialidad lógica, mientras que los algoritmos cuantitativos, emplean cálculos numéricos). De otro lado se

encuentra la clasificación de algoritmos que necesitan una computadora a los que se denominan computacionales y los que no, se denominan no computacionales. En la lógica de Robledano, relacionándola con lo cotidiano refiere como ejemplos de algoritmos, el siguiente ejemplo doméstico:

El algoritmo cualitativo sería una receta de cocina, donde se van enumerando los pasos a realizar, uno a uno y de forma verbal. Por otro lado, un ejemplo de algoritmo cuantitativo sería el cálculo del área de un rectángulo, que conlleva el uso de cálculos matemáticos para su obtención. Para un algoritmo condicional podríamos ver un problema donde dados los catetos de un triángulo rectángulo, calcular su hipotenusa.

El mismo autor, señala sobre el algoritmo informático, es el que solemos utilizarlo en todo momento, del que señala:

Cuando entramos al buscador de Google y realizamos una búsqueda, lo que activamos es un algoritmo, que ejecuta Google y que nos devuelve una serie de resultados de búsqueda. En el caso de posicionamiento web o SEO, este algoritmo o algoritmos que utiliza Google, son fuentes de controversia, porque se desconoce su funcionamiento exacto y son muchos los que diariamente tratan de descifrarlo (Lenguajes de programación, 2020).

- **El algoritmo del TikTok**

Desde cuando se creó el TikTok a la actualidad, la aplicación china ha crecido gigantescamente en todo el mundo diseminado gracias a su capacidad indiscutible de su algoritmo que se va desencadenando en bloques. Frente a otras aplicaciones de las redes sociales como el Instagram, el TikTok registra más usuarios y dependiendo del impacto de su contenido “es más fácil que un

video se viralice en TikTok antes que en otras plataformas, y esto se debe principalmente al funcionamiento de su algoritmo”.

El algoritmo de TikTok utiliza la tecnología de Machine Learning para evaluar la calidad del contenido subido a la plataforma. Como sucede con todas las otras redes sociales, no se conoce a la perfección cada detalle del algoritmo, pero a continuación te resumo tres puntos en lo que menciono cuáles son algunos de los aspectos básicos que ya conocemos sobre cómo funciona el algoritmo de TikTok: Cuando un video es subido por un usuario, TikTok lo muestra inicialmente y de manera inmediata a un pequeño grupo de personas, siempre intercalado entre otros contenidos populares. De esta forma, pueden testear el nuevo contenido evitando que el usuario “se aburra”. Obviamente esto solamente puede suceder en la pestaña #ForYou. El algoritmo de TikTok mide, entonces, cuántas veces es visto este video (completion rate), así como cuántos likes, comments, shares, downloads y follows recibe el usuario. De acuerdo con diversas fuentes, parecería comprobarse que una ratio de 1 like por cada 10 vistas (10% ER) es la clave para que el algoritmo de TikTok lo considere potencialmente exitoso y decida viralizarlo, mostrándoselo a más usuarios. Asimismo, la velocidad con que se genera el engagement que recibe el contenido activa aún más la funcionalidad de viralización presente en el algoritmo. Es decir, si un video recibe, por ejemplo, un 20% más de likes vs otros contenidos durante el primer día, entonces TikTok lo mostrará a más personas como resultado. Incluso, algunos usuarios han manifestado que las vistas de sus videos parecen venir “en oleadas” cuando generan rápidamente mayor engagement (Maslo, 2020).

- **La empresa china ByteDance**

Según información difundida en la agencia Reuters, para finales del 2019, la empresa china propietaria de TikTok, tenía una valoración de US\$ 78,000 millones, habiendo invertido en más de 21 startups desde 2012. Algunas de estas empresas emergentes son Lark (una alternativa a Slack), Flipchat (para chatear por video) o Toutia (un agregador de noticias), frente a éstas es el TikTok el que acaparó la atención masiva por el manejo sistemático de sus algoritmos que “danzan al compás de los bytes”.

Esta APP (abreviatura del término inglés application) gratuita de videos cortos tienen un incesante crecimiento en el mundo a tal punto que ahora es el centro de disputa geopolítica entre China y los Estados Unidos de Norte América, que acusa a TikTok de “ceder datos de sus usuarios para que acaben en manos del Partido Comunista chino”.

Hasta ahora muy poco se conocía de la empresa china ByteDance, sin embargo, es cierto que ha desarrollado el aplicativo más usado en el mundo el que comenzó como Douyin, lanzado el 2016 con el objetivo de crear vídeos musicales de 15 segundos para ser compartidos por internet. Un año después Douyin llegó al mercado internacional con el nombre de TikTok y ese mismo año la compañía ByteDance compró Musical.ly, heredando más de 20 millones de usuarios activos que usó para su expansión. A diferencia de otros grandes magnates chinos, como Jack Ma; creador de Alibaba o Pony Ma, fundador del gigante asiático Tencent, el creador de ByteDance, es muy poco amigo de los medios de comunicación y prefiere el anonimato por lo que es muy poco lo que se conoce de **Zhang Yiming** nacido en Longyan al sureste de China, en 1983, quien antes de crear su propia empresa, trabajó para la Microsoft y en

Kuxun, uno de los principales motores de búsqueda de viajes y transporte en China.

En 2019, Zhang fue nombrado como una de las 100 personas más influyentes del mundo por la revista Time. Según Forbes, el empresario es la novena persona más rica de China. Lo que llama la atención es que más allá del TikTok, existe la confrontación de dos países potencia en el mundo, debido a que, en los últimos meses, las acusaciones de espionaje que realiza el gobierno chino deslizadas por los Estados Unidos han cobrado fuerza, así como son mayores los rumores que apuntan a que "varios inversores estadounidenses podrían comprar TikTok, según recoge The Information". ByteDance ha desmentido todas las acusaciones. En su sitio web se define como una empresa que "inspira creatividad" y "enriquece la vida", y como una compañía que "apunta a lo más alto" (BBC News, 2020).

- **The applications (APP)**

Entre los conceptos de la era digital que vive el mundo, mucho se ha escrito. Desde los primeros pasos de la internet, como una evolución tecnológica del hombre, han pasado años y este desarrollo siguió diferentes ramificaciones. Las comunicaciones con telefonía móvil se iniciaron con la transmisión de voz y de mensajes cortos llamados SMS, que dieron paso a las redes que consideraríamos básicas (2G). Las innovaciones de transmisión de datos fueron dando paso a la banda ancha con terminales sofisticados y con diversos servicios de comunicación como los smartphones, tabletas, redes de mayor velocidad y posibilidades hasta llegar al 3G, 4G, anunciándose con expectativas encontradas el 5G.

En el mundo digital es cada vez más frecuente escuchar de las apps, que son los aplicativos o programas dirigidos principalmente a los teléfonos inteligentes y tabletas, instrumentos tecnológicos dinámicos, fáciles de instalar y dependen de su capacidad de almacenamiento e Internet para funcionar con las redes sociales, noticias, información metereológica, entre otros. La temática de las aplicaciones puede ser infinita y en diversos aspectos como noticias, juegos, comunicación, comerciales, redes sociales, mensajería instantánea, deportes, salud y dietas, entretenimiento, idiomas, lenguaje, fotografías y cualquier ámbito que se le pueda ocurrir a la mente humana. Las más descargadas suelen ser las de comunicación, correo y redes sociales (Roca, s.f.).

- **Estrategias educativas**

En el sistema educativo de cualquier nivel, sea en la educación básica regular o superior, la constante preparación docente es un articulador del proceso Enseñanza – Aprendizaje. No sólo trata de que el docente debe estar muy bien preparado para cumplir su rol de educador, sino que este proceso, requiere de la implementación de estrategias que permita una adecuada conducción del estudio y formación, por lo que esa dualidad docente – alumno, precisa de una secuencia de operaciones cognoscitivas y procedimentales para procesar información y aprenderla significativamente. Los procedimientos usados en una estrategia de aprendizaje se denominan técnicas de aprendizaje (Docentes al día, 2019).

El aprendizaje mediante el empleo de la tecnología no es indiferente al uso de las herramientas y plataformas virtuales. Docentes y alumnos, son conscientes de la aplicación de estrategias educativas en el proceso que los llevará al

cumplimiento de sus actividades, por lo que es necesario distinguir las diferencias entre las estrategias de enseñanza y las estrategias de aprendizaje. Las estrategias de enseñanza están ligadas a los “procedimientos empleados por los docentes para hacer posible el aprendizaje del estudiante” y a la inversa, las estrategias de aprendizaje son los procedimientos mentales que los estudiantes desarrollan para aprender. En ambos casos, se tratan de estrategias que se emplean en el aula, sea física o virtual, para desarrollar actividades de enseñanza – aprendizaje, aunque en la era digital, es común hablar del aprendizaje autónomo. La importancia del empleo de las estrategias educativas se circunscribe en que éstas deben “sintonizar” en el binomio educador – educando, de manera que el aprendizaje directo y modelado, sea el resultado de acciones muy bien elaboradas y meditadas que encaminen la autorregulación, la metacognición, la autoevaluación, la autonomía y la reflexión continua.

- **Comunicación didáctica**

La interrelación profesor-alumno es tema medular en el contexto de la situación didáctica. Si entendemos a la didáctica como parte de la pedagogía que trata sobre las técnicas y métodos de enseñanza, ligada a la comunicación, permitirá el desarrollo continuo del proceso psicosocial mediante el uso de los recursos que son comunes entre sí. El desarrollo de las tecnologías de la comunicación e información (TIC), indiscutiblemente está ligada a la acción comunicativa. Los elementos de la comunicación establecidos en el binomio docente (emisor) – alumno (receptor) y alumno (emisor) – docente (receptor), establecidos en el intercambio de información (enseñanza – aprendizaje) y el feed-back (retroalimentación), generan la mutua comprensión de los mensajes

compartidos. En suma, la comunicación establecida en el aula virtual o física requiere de elementos vinculados a esa relación pedagógica y existencial, con técnicas comunes, novedosas y estratégicas de entendimiento acorde a la naturaleza y contexto, buscando entre ambos, que el contenido que se comparte sea provechoso.

En algún momento, los profesores aseguraban que su función en el aula consistía principalmente en transmitir mensajes mediante la explicación, dirección y organización de temas, considerando a los alumnos como simples receptores de los mensajes codificados por ellos. Este concepto arraigado en la educación tradicional y fundamentada en el academicismo, en la actualidad ya no tiene lugar, debido a que ese método pedagógico tradicional, desde una óptica sociológica moderna exige una didáctica comunicativa lineal, donde el docente y alumno interactúan de manera lineal u horizontal produciendo conocimientos y conceptos autónomos en cada uno de los actores.

El enfoque academicista caracterizado por considerar al alumno como un individuo que “solo se debe limitar a aprender lo que el maestro le enseñe como un ser receptivo y la evaluación del aprendizaje logrado es únicamente medida por el profesor dado que la enseñanza se da en una sola vía (Profesor-estudiante)”, empleado en el proceso de enseñanza – aprendizaje, donde el estudiante es considerado únicamente como el “receptor de información y su tendencia de metodología de aprendizaje es a través de la lectura y la escucha del material compartido por el docente a quien se le conoce como “dueño” transmisor del conocimiento único en el aula” (Domínguez, 2019), ha sido suprimido gracias a las tecnologías de comunicación e información, que permiten aprendizajes creativos, autónomos y de interacción entre individuos

que comparten grupos sociales e intercambian información entre sí. Se debe entender que la didáctica de la comunicación, con el empleo de las TICs, ha evolucionado gracias a las innovaciones en materia digital. El enfoque academicista o intelectualista ha dejado de tener espacio en las aulas de la educación superior.

En el aula (ahora es tema recurrente que muchos no quieren aceptar), en que los docentes “sabelotodo” se pusieran en posición inversa e intercambiaran los roles en una actitud de aprendizaje, asumirían la realidad y aprenderían de sus alumnos mucho más de lo que conocen, en el uso de las tecnologías y recursos digitales, simplemente porque la generación de hoy tiene el manejo de los recursos electrónicos de manera agresiva y gracias a su aprendizaje autónomo.

Un alumno aprende más en el mundo virtual mediante las plataformas digitales, redes sociales y medios electrónicos, donde el profesor asume el rol de mediador, entre esa realidad virtual y los conocimientos adquiridos por el alumno, por lo que, en muchos casos, los maestros han sucumbido ante el embate tecnológico y sus modelos de enseñanza, ya no tienen cabida.

Los alumnos involucrados en la comunicación didáctica detectan el modus operandi de sus profesores. Datos extraídos de un estudio experimental efectuado en Valencia España, sobre el profesor en el acto didáctico, permitió conocer que existen situaciones que deben ser consideradas por los educadores, para valorar los mismos en el proceso educativo. Uno de estos factores, denominado “factor de clima-clase” es el resultado de un ambiente favorable donde el diálogo, el apoyo del profesor en los intereses e iniciativas de los alumnos y la facilidad de empatía, reflejan una buena didáctica de la comunicación.

Otro factor que se debe considerar en la educación está relacionado con la comunicación interpersonal. Esta interacción, resultado del trabajo colaborativo, indica el nivel de sintonización recíproca entre profesor y alumnos a través de la colaboración en la dinámica de la clase, también aboca este factor hacia una relación cooperativa entre los mismos alumnos. Tanto el "factor de clima-clase" como el "factor de interacción " son expresivos de la comunicación didáctica, que se verifica por ese "encuentro" e "intercambio" profesor alumno en el contexto escolar (Carrera, s.f.).

▪ **La didáctica en la comunicación**

La comunicación en sus diversas formas, en la actualidad, ha cobrado gran interés por la prodigiosa multiplicación de información que la tecnología pone a disposición del mundo. En el proceso educativo, es prioridad el manejo de información el estudio de la interrelación e interdependencia humana, entre éstos el docente juega un papel importante para quien la comunicación con sus alumnos es base fundamental para el logro de los objetivos propuestos. La comunicación docente – alumno, es un tipo de comunicación "singular" que debe ceñirse a exigencias de carácter didáctico, por lo que se debe entender que ambas variables están ligadas en el sistema educativo que interesa diferenciarla de otros modelos de comunicación.

Se debe entender que la comunicación didáctica, permite la organización, estructuración y emisión del mensaje, buscando instalar o inclinar al receptor hacia una conducta determinada; es ese uso deliberado e intencional de signos físicos y/o mentales, el que desarrolla la acción comunicativa para trasladar información, valores y sentimientos que constituyen en principio, los fines y objetivos que todo sistema educativo tiende a lograr. En Camero (2015), se

define a esta circunstancia como la comunicación que tiene el propósito de influir de manera intencional sobre el receptor, de manera especial la comunicación didáctica, cuyo propósito es ser un estímulo que promueva el aprendizaje o el fortalecimiento de los aprendizajes ya establecidos. La comunicación didáctica, busca, por lo tanto, utilizar estrategias de interacción entre el docente y alumno, propiciando resultados favorables en la educación. Consideremos, por lo tanto:

La comunicación didáctica, ya sea directa o indirecta: Dosifica el mensaje tomando en consideración el nivel de maduración y/o desarrollo del alumno:

- a) Regula la relación docente-alumno, en el sentido de respetar la libertad de este último, sin menoscabo del propósito que la comunicación didáctica lleva implícita.
- b) Aprovecha los recursos más-medios (cine, radio, televisión, etc.) que constituyen hoy día el entorno del educando.
- c) Se sirve de todos aquellos instrumentos de carácter formal y material que permiten hacer realidad la instalación de conductas deseadas (objetivos educacionales y que constituyen los medios de uso inmediato y más directamente relacionados con la actividad docente, tales como programas, planes, guías, módulos de aprendizaje, procedimientos, diseños instruccionales, técnicas, estrategias, etc. (Camero, 2015)

- **Las TIC en la didáctica universitaria**

En el mundo moderno las tecnologías de información y comunicación (TIC)¹, son cada día de mayor aplicación en la educación universitaria. Su empleo

¹ Las llamadas Tecnologías de la Información y la Comunicación son los recursos y herramientas que se utilizan para el proceso, administración y distribución de la información a través de elementos tecnológicos, como: ordenadores, teléfonos, televisores, etc. A través del paso del tiempo la utilización de este tipo de recursos se ha incrementado y

ahora siendo imprescindible es también esquivo por diversos factores que deben ser analizados desde el estado que impone el aislamiento social, que ha puesto en el debate político – cultural de la nación, las posibilidades de su empleo en la universidad.

Un estudio desarrollado en la Universidad Agraria de la Habana (Cuba), trata de responder una serie de aspectos en relación al uso de las TIC, por lo que Lombillo & Valera (2011), publicaron un artículo con el título Estrategia metodológica para la integración de las TIC como medio de enseñanza en la didáctica universitaria, donde resaltan el potencial didáctico de las TIC, su contribución a los procesos de enseñanza – aprendizaje (PEA) y hasta dónde, la integración de las herramientas tecnológicas puede convertirse en oportunidad “para reinventar el currículo y generar procesos de cambio educativo”.

Lo relevante de la experiencia desarrollada por los autores, se resume en que las TIC pueden reforzar las prácticas educativas tradicionales, al ser empleadas como herramientas que propicien el cambio y la transformación del currículo, pero aseguran que “hay mucho por explorar y aprender acerca de las posibilidades e implicaciones del uso de las TIC en la enseñanza universitaria y las formas en que éstas pueden ser utilizadas para dinamizar procesos de cambio educativo”. Esta premisa se replica en la actual realidad. La universidad en el Perú, ha experimentado una situación sui géneris, al migrar intempestivamente del trabajo presencial al trabajo remoto, sorpresivamente con el empleo de las TIC en el PEA, donde un sector de la docencia aún no

actualmente presta servicios de utilidad como el correo electrónico, la búsqueda y el filtro de la información, descarga de materiales, comercio en línea, entre otras.

tenía pleno manejo de los elementos tecnológicos y aun cuando el docente podía contar con las herramientas, sus habilidades para el manejo e integración a las plataformas digitales, tuvieron barreras cognitivas y habilidades que dificultaron el PEA, considerando que los educandos sí, se adaptaron fácilmente a la nueva realidad, debido al manejo que ellos tienen de estas herramientas informáticas.

Los autores señalan que la experiencia desarrollada permitió idear en primer lugar la “estrategia metodológica para el uso progresivo e integrado de los medios de enseñanza”, definiéndose su secuencialidad para la transformación de la dirección del proceso de enseñanza - aprendizaje, cuyo concepto estuvo basado en el uso combinado y gradual “de los medios de enseñanza y las TIC, en unidad con el resto de los componentes didácticos, cuya finalidad está dirigida a contribuir a la mejora de la práctica pedagógica del profesor universitario”.

En relación a sus referentes teóricos afirman de otro lado que, al tener un enfoque histórico cultural (EHC), la estructura interna de sus componentes estructurales y funcionales están fundamentadas en el establecimiento de las fases de la estrategia metodológica para la integración de las TIC como medios de enseñanza en el PEA, por lo que la suma de la estrategia metodológica con la integración de las TIC como medio de enseñanza en la didáctica universitaria, desde un enfoque histórico cultural (EHC), tuvo exigencias rectoras partiendo del marco epistemológico que se resumen en las exigencias que podrían ser utilizadas como modelos paradigmáticos por el docente, cuando deba emplear las plataformas digitales e instrumentos electrónicos en los procesos de enseñanza en la universidad:

- Replantear y reajustar los componentes no personales del PEA y, como parte de ellos, los medios a las particularidades de la enseñanza universitaria en las actuales condiciones del desarrollo científico-técnico, y considerar sus consecuencias en la metodología docente. (...)
- Los medios de enseñanza (y las TIC vistas como medios de enseñanza), para todo tipo de aplicaciones educativas, deben aplicarse como medios y no fines en sí mismos; no se pueden ver como el objeto en sí o como simples recursos materiales auxiliares en el PEA. Cualquier medio dejaría de ser medio para la enseñanza-aprendizaje si su uso no está dirigido a estos fines.
- El conocimiento por parte del profesor de los componentes estructurales y funcionales de la actividad, tanto de enseñanza como de aprendizaje, que le posibilite la organización científica de todo el proceso de asimilación a través de la caracterización del nivel de desarrollo, motivos, valores y estrategias de aprendizaje del sujeto que aprende.
- La estrategia en contenido y forma debe ser reflejo y expresión directa de los cambios que se desean establecer en la didáctica universitaria y del papel que debe desempeñar el docente en función de un PEA desarrollador.

Como puede verse, es un reto que el docente universitario debe asumir, si pretende vincular las TIC, a las estrategias metodológicas en el aula, resaltando que los autores al momento de aplicar su modelo del PEA aún no presagiaban que el Covid-19, aislaría a los educandos de los educadores como ocurre hoy, pero ya asimilaban una educación basada en entornos virtuales semi presenciales.

La aplicabilidad de las TIC en el PEA, considerando el modelo cubano basado en el EHC, tiene símiles con la nueva realidad que vive el docente – alumno

en la educación universitaria de Perú, por lo que es preciso señalar la tercera conclusión relacionada con la preocupación de los actores del momento en que “la concepción de un enfoque sistémico en la selección, el diseño y la utilización de los medios de enseñanza es esencial para determinar las relaciones necesarias que deben establecerse entre los medios de enseñanza y los demás componentes del PEA” (Apertura - Revista virtual, 2021).

- **El TikTok en el aula**

El empleo del TikTok en la esfera social se ha caracterizado por su amplia variedad que incluyen escenarios educativos, aunque, principalmente son utilizados en la farándula de mayor atracción por gente ligada a los espectáculos, o por los adolescentes para actividades recreativas que sin lugar a duda tienen cierto impacto dependiendo de sus contenidos.

En el aula de clases, por situaciones de disciplina o normas que rigen la educación básica regular, se prohibía el uso de teléfonos celulares a tal punto que educadores formados en otros tiempos, llegaban a retener algunos teléfonos, si el alumno era sorprendido haciendo uso del mismo de manera subrepticia, bajo la justificación que podría ser empleado para el plagio, especialmente en espacios de evaluación, lo que ha generado una serie de controversia sobre si el empleo de artículos electrónicos como el celular, debe o no, permitirse en el aula durante el dictado de clases.

Tal situación fue revertida de manera abrupta con impactos insospechados, cuando en el mundo hizo su aparición un virus letal que a la postre fue bautizada con el nombre de Covid-19, extensión del Coronavirus, cuya aparición tiene un impacto incalculable en el proceso educativo en todos los niveles y modalidades de la educación básica regular o superior, como el caso

de la educación universitaria. Y es que, a partir de ese episodio, las escuelas, institutos y universidades fueron cerradas por disposiciones gubernamentales, evitándose asistir de forma presencial para evitar los contagios masivos y salvaguardar la salud de millones de educandos y educadores.

Lo que no se predecía entonces, fue que los teléfonos celulares, tabletas, laptops y cuanto equipo electrónico que se ofertaba en el mercado internacional, tendría que ser revalorada en el sistema educativo, teniendo en la actualidad la imprescindible necesidad de contar al menos con un teléfono celular en casa, para que el educando se conecte a las llamadas clases virtuales, cuyas características no guardan relación con lo que realmente desarrollan en el aula virtual de una plataforma educativa.

Muchos proyectos se van desarrollado como consecuencia de los momentos que se viven en el mundo, tan es así que con el título El uso de TikTok en el aula para el manejo de emociones, Pantoja (2020) a través de un análisis del empleo del TikTok en el aula, refiere en la web del Observatorio de Innovación Educativa que la Internet cambió nuestras vidas de manera radical, debido a que la forma de relacionarnos y comunicarnos con los demás, ha sufrido innovaciones ya que el contacto físico ha sido superado por la virtualidad, lo que implica que la interacción directa o indirecta propicia cambios sustanciales en el manejo de sus emociones “al involucrar elementos como el sentido de pertenencia, la aceptación o el reconocimiento”.

Señala el autor que los centros educativos deben de alguna forma "incorporar el uso de las redes sociales en clase como parte de estrategias didácticas, que fomenten un vínculo con los alumnos, pero que, a su vez, facilite el proceso de enseñanza-aprendizaje”, con lo que acepta que el adecuado uso de las redes

sociales permite el acceso de los educandos a información en tiempo real, fomentando de ese modo, el desarrollo de sus competencias tecnológicas, además que facilita la libre expresión de sus emociones e ideas, así como la identidad subsecuente entre el educador y educandos.

La red social asiática, es tomada para aplicarla como piloto en la clase, asumiéndola como parte de las estrategias didácticas de los educadores para fomentar el vínculo con sus educandos. Es indudable que el vínculo que se va creando entre ambos con el reforzamiento de sus habilidades y competencias formativas y tecnológicas, ahora con el uso del teléfono celular, facilita el proceso de enseñanza-aprendizaje a partir de sus propios intereses y motivaciones personales.

Pantoja explica, además, citando a García, Hoyo y Fernández (2014), que las redes sociales; más que una herramienta tecnológica; juegan un papel muy importante como medio para la comunicación, la interacción y la participación global, en general “las TIC se han convertido en el agente de socialización y de transferencia cultural más importante en este nuevo milenio”. Ante el evento, es preciso asimilar el diseño de actividades didácticas atractivas y novedosas para integrar las tecnologías a las clases en el aula, en provecho de los educandos. El modelo aplicado y que se resalta a continuación, trata sobre el diseño de una actividad para los alumnos del campus Morelia del Tecnológico de Monterrey en el nivel preparatorio denominado Prepa Tec, donde se aplicó el TikTok, en las asignaturas “de Tutorío: Habilidades del pensamiento de segundo semestre; Decisiones personales y profesionales I y II de cuarto y sexto semestre, respectivamente”, con resultados alentadores, por la forma cómo el uso de estos “videítos” incide en el “manejo de las

emociones enfatizando que, no es un sentimiento, sino la actitud con la que enfrentamos las situaciones”.

En el modelo piloto aplicado en dicho campus, el empleo del TikTok, pasó por una socialización de su aplicabilidad en la educación como estrategia didáctica. Los implicados explicaron en qué consistía la actividad discutiéndose en una plenaria con los alumnos los temas vinculados al proceso de enseñanza, así como el uso que le dan a las redes sociales, la razón por la que las utilizan y los sentimientos que esto les provoca. Los asistentes analizaron los beneficios y perjuicios que genera el empleo del TikTok y la forma en que éstas pueden llegar a afectar la salud emocional de un individuo. Se debe tener en cuenta que, en este campus educativo, ya se habían empleado modelos y proyectos con anterioridad. Se puso en relieve que el doctor Mark Brackett, fundador del programa RULER para el manejo emocional de los educandos, por lo que se involucró en el proyecto debido a la adecuada toma de decisiones en el desarrollo del adolescente en la escuela.

En el ensayo se propuso la grabación de videos cortos de entre 30 a 60 segundos de duración, incluyendo efectos de audio o gráficos pero que debían tener relación con el tema asignado al alumno. El vídeo generado podía ser publicado de forma privada o abierta y cualesquiera de las dos opciones tendría que ser descargada en el teléfono celular para ser compartido con el profesor, “sin necesidad de seguirlos en la red social”.

De acuerdo con esta experiencia, se conoce que la actividad desarrollada permitió “fortalecer dos competencias formativas: la creatividad y el pensamiento crítico”. Es preciso señalar como referentes orientadores, que los

temas asignados a los educandos para la producción de sus vídeos cortos estuvieron centrados en las siguientes precisiones que refiere el autor:

Los alumnos de segundo semestre tenían que hacer un video que representara lo que más les ha costado trabajo para adaptarse al sistema de PrepaTec (...)

Los alumnos de cuarto semestre trabajaron en los miedos o incertidumbre, a la que se enfrentan al comenzar a decidir cuál sería el área profesional a la que se inclinaran en su último año de preparatoria y la posterior elección de una carrera profesional. Incluyendo factores internos o externos como la influencia de familiares o amigos. Los alumnos de sexto semestre expresaron sentimientos que les provoca el término de su bachillerato, la nostalgia por los compañeros que dejarían de ver, la vivencia dentro y fuera de sus aulas, el posible cambio de ciudad, así como la nueva etapa escolar a comenzar, con la incertidumbre que eso provoca (Observatorio de innovación educativa, 2020).

En el mismo sentido, aparte de los trabajos asignados, los alumnos del programa debían abordar la problemática con una perspectiva divertida y positiva, reiterando el objetivo principal de la actividad en relación con el manejo de las emociones, sin considerar si sus sentimientos fuesen negativos ante algún tema desagradable relacionado con el tema asignado. En realidad, el objetivo central de la actividad estaba centrada en el reconocimiento de la regulación emocional de los actores. Por lo mismo, los estudiantes debían desarrollar sus trabajos individualmente o en equipos de tres personas como máximo, esto con la finalidad de que, si alguno de ellos no tenía el adecuado manejo de la aplicación, o no tenía el equipo necesario o simplemente no deseaba descargarlo, podría contar con el apoyo del compañero que sí, contaba con las facilidades necesarias para la producción del vídeo.

Como parte del proyecto, también se adoptaron vallas restrictivas para evitar el uso de lenguaje ofensivo entre verbales y no verbales; no debieran hacer apología al uso de sustancias adictivas ni alusión a las mismas, sea mediante la presentación de material visual o auditivo; asimismo, no debieran realizar actividades que involucren riesgo físico, ofensas, comportamientos inapropiados o actividades que dañinas contra la salud e integridad física de propios y eventuales observadores o participantes. En el caso de tener el apoyo de terceros participantes, se debería tener con el consentimiento informado.

Al cabo de la ejecución del proyecto, los videos fueron expuestos en el aula de clases, donde cada equipo presentó la producción, resaltando el sentimiento que representaba su contenido. Para efectos de la evaluación, se consideró la rúbrica previamente diseñada y desarrollada por los otros miembros del aula, en una suerte de co-evaluación. La experiencia tuvo resultados innovadores. La clase se convirtió en una sesión dinámica, muy divertida ya que generó una inusitada expectativa sea por la emoción de presentar su trabajo, recibir los aplausos o críticas o por el hecho de expresar sus criterios ante lo que habían realizado sus compañeros. Una mezcla de emociones encontradas que permitió identificar las debilidades y fortalezas individuales en su autocontrol.

El autor señala como corolario del proyecto, que es recomendable que los estudiantes puedan trabajar desde la casa,

...considerando la situación por la que atravesamos debido a la propagación del Coronavirus en donde todos debemos permanecer en nuestros hogares, por lo que este ejercicio además de permitirles expresar los sentimientos y pensamientos por los que atraviesan, promueve la integración familiar fomentando su convivencia partiendo del hecho que todos en casa podrían

participar en ella. Este ejercicio permitió fomentar el trabajo colaborativo y la comunicación efectiva entre sus compañeros de clase, a la par de un nuevo tipo de acercamiento y vínculo entre profesor y los alumnos. Invito a mis colegas docentes a explorar e integrar el uso de las redes sociales en clase (Observatorio de innovación educativa, 2020).

- **Los ‘Edutoker’ en el mundo cibernético**

Un nuevo término acuñado en el mundo de la cibernética que va influyendo en la nueva generación de los llamados ‘nativos digitales’ y de quienes se sienten identificados con el aplicativo TikTok, siendo este aplicativo el de mayor crecimiento teniendo en esta época de pandemia, más adeptos en sus categorías informales llenas de humor, difundiéndolas de manera ilimitada sumando seguidores que colman sus expectativas en la diversión y farándula, principalmente.

El aplicativo exclusivo para los Smartphone se utiliza para transmitir muchas cosas como toda red social. El TikTok no es utilizado solamente para mostrar bailes, chistes, ironías o imitaciones a todo nivel, ahora con la educación virtual se está utilizando en breves espacios, para el proceso enseñanza – aprendizaje de temas como filosofía, psicología, comunicación entre otras materias, de una manera divertida y fácil.

El sitio web Universidades de México, hace gala de una lista de educadores que migraron al empleo del TikTok con fines de enseñanza, a quienes se les identifica con el nombre de ‘edutokers’, preparados para impartir sus conocimientos mediante los TikTok. A saber:

filosofiapop: Quien está detrás de este perfil es Fernando Bustos Gorozpe, profesor universitario, habla acerca de filosofía. Un perfil que, sin lugar a duda, te hará pensar y replantearse muchas cuestiones de tu día a día.

dotcsy: Este perfil es ideal para los amantes de la tecnología, informática y la inteligencia artificial, en donde el DotCsv te lleva a un hermoso viaje hacia el futuro de los humanos y la programación. ¡Increíble!

1minutodepsicologia También muy conocida en Instagram, la psicóloga clínica e ingeniera en alimentos, Adály E. López Sierra, enseña en su perfil consejos para resolver situaciones del día a día, mejorando así nuestra estabilidad emocional.

saulcortesmtz Saúl Cortés, o como él se define: físico, matemático y standupero, enseña en su perfil acerca de matemáticas y físicas, desarrollando los fenómenos naturales, en videos bastante humorísticos.

bio_makers1 En este perfil puedes aprender todo acerca de la robótica, la carrera del futuro. Quien está detrás de este perfil es un ingeniero biomédico con una maestría en inteligencia artificial. En su perfil también puedes ir a un enlace

para aprender con cursos de robótica (Universidades de México, 2021).

2.3 Definición de términos conceptuales

- **TikTok**

El TikTok es una aplicación de medios de IOS y Android diseñada para la creación de vídeos cortos los que pueden ser compartidos rápidamente a través de internet. Esta aplicación permite a través de la creatividad de los usuarios grabar vídeos musicales convirtiéndose en una plataforma líder en el mundo. La aplicación se lanzó como Douyin en China en septiembre de 2016 y es de

propiedad de ByteDance. Se introdujo en el mercado extranjero el 2017 y desde el 2018 ganó popularidad hasta la actualidad en que se calcula que mensualmente mil millones de usuarios las utilizan.

- **Douyin**

El nombre original de TikTok era Douyin, que significa "sacudir la música", y en el 2017, la compañía Bytedance compró Musical.ly, una red social en donde los usuarios comparten videos en los que se graban a sí mismos, regularmente con música de fondo que acompaña sus movimientos, una función que es la más popular en la población adolescente. Fuera de China recibe el nombre de TikTok, disponibles para iOS como para Android.²

- **Algoritmo**

Es un conjunto ordenado y finito de operaciones simples a través del cual podemos hallar la solución a un problema. La palabra algoritmo proviene del latín tardío alborarismus y este a su vez es una abreviación del árabe clásico ḥisābu lġubār, que significa ‘cálculo mediante cifras arábigas’. Los algoritmos nos permiten ejecutar una acción o resolver un problema mediante una serie de instrucciones definidas, ordenadas y finitas. Así, dado un estado inicial y una entrada, y siguiendo los sucesivos pasos indicados, se llega al estado final y se obtiene una solución.

Aplicativos

El término “app” es la abreviatura de la palabra inglesa Application. La app, es una aplicación de software diseñada para ejecutarse en los smartphones (teléfonos inteligentes), tabletas y otros dispositivos móviles. Su origen más popular se remonta a 2008, cuando empezó a dar los primeros coletazos.

- **Viralizar**

La Real Academia española, de manera general la define como la adquisición de conocimiento masivo de un proceso informático de difusión de información. Es viralizada aquella difusión a través de las redes sociales o medios electrónicos de algún hecho o evento que causa conmoción social.

- **Redes sociales**

Son comunidades formadas por diferentes usuarios y organizaciones que se relacionan entre sí en plataformas de Internet. En redes sociales como Facebook, Twitter, Google + o LinkedIn, se pueden formar grupos y compartir información y elementos multimedia como imágenes o vídeos, según los intereses de los usuarios. Por ejemplo, Facebook es una red social muy útil para contactar amigos, conocer gente con los mismos intereses y crear páginas de empresas. Esto último, para mejorar el branding y posicionamiento.

- **Estrategia educativa**

El sitio www.magisterio.com la define como el conjunto de acciones y procedimientos, mediante el empleo de métodos, técnicas, medios y recursos que el docente emplea para planificar, aplicar y evaluar de forma intencional, con el propósito de lograr eficazmente el proceso educativo en una situación de enseñanza-aprendizaje específica, según sea el modelo.

- **Comunicación didáctica**

La comunicación didáctica es aquella que tiene como objetivo modificar el saber, el saber hacer, el ser y el estar del alumno, es decir, modificar sus conocimientos, sus destrezas, sus habilidades y sus actitudes. Hay que tener en cuenta que no es posible que se produzca ningún tipo de formación sin que exista un proceso de comunicación. La comunicación didáctica se realiza entre

el profesor y el alumno. Ésta puede efectuarse cara a cara, mediante un texto, utilizando métodos audiovisuales o a través de una combinación de algunos o todos los anteriores. Para establecer una correcta comunicación didáctica, es necesario que se cumplan unos requisitos mínimos. Algunos de ellos son: Determinar la estrategia y las tácticas didácticas que vamos a seguir en la enseñanza-aprendizaje.

- **Educación universitaria**

Está referida a la última fase del proceso de aprendizaje académico. Es la que viene después de la media o secundaria y se imparte en las universidades de formación profesional. Se diferencia entre los estudios de pregrado y posgrado y conducen a la obtención del bachiller y título profesional en el primer caso y al grado académico de maestro o doctor en el segundo.

- **Aprendizaje significativo**

Teoría sustentada por David Paul Ausubel. Concepto fundamentado en el moderno constructivismo y responde a la concepción cognitiva del aprendizaje. Este modelo se contrapone al aprendizaje memorístico, indicando que sólo habrá aprendizaje significativo cuando lo que se trata de aprender se logra relacionar de forma sustantiva y no arbitraria con lo que ya conoce quien aprende, es decir, con aspectos relevantes y preexistentes de su estructura cognitiva. De ahí la premisa: “El aprendiz sólo aprende cuando encuentra sentido en lo que aprende”

- **Los Edutokers**

Llamados como tal, las personas especializadas en brindar asistencia educativa o de orientación sobre diversos temas a través de la internet. Los Edutokers, se van posesionando del espacio digital y mediante el empleo de estrategias

comunicacionales, contrarrestan el aburrimiento a través de la producción de TikToks en toda categoría.

- **Tiktokers**

Personas que emplean el TikTok, como medio de distracción. Pueden producir decenas o centenas de estos videítos cortos que los van ingresando al aplicativo y logran millonarios seguidores dependiendo del tema que difunden.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de investigación.

Investigación básica

Considerando el fenómeno social que se analiza y el contexto de la investigación, ésta tiene orientación metodológica derivada del paradigma humanista.

3.2 Método de investigación

La investigación se adapta a los métodos Inductivo – analítico.

3.3 Diseño de investigación (opcional)

El diseño del estudio es el fenomenológico.

3.4 Población y muestra.

La población estudiada es infinita, caracterizada por la magnitud de difusión del TikTok en el ciberespacio. Por tratarse de una investigación cualitativa, no hay lugar a ninguna operación estadística, por lo que se ha seleccionado una muestra de siete unidades de estudio, determinadas a través de la técnica intencional

selectiva. (Mark, Saunders, & Thornil, 2019) en las que se aplicó igual número de fichas de análisis como puede evidenciarse en el siguiente capítulo.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Como técnicas de estudio se han empleado la observación y el análisis de contenido, mientras que, como instrumento de acopio de información, se ha diseñado la ficha para el análisis de contenido.

3.6 Técnicas de procesamiento y análisis de datos

La información acopiada en las fichas de análisis de contenido ha sido interpretada de acuerdo con el tiempo y a sus contenidos, valorando los temas educativos que interesan al estudio. Por la naturaleza de la investigación, no se han aplicado procesos o ecuaciones estadísticas.

3.7 Orientación ética

En concordancia con la resolución del Consejo Directivo de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria N° 174-2019-SUNEDU/CD, promulgada el 26 de diciembre de 2019, y no contravenir lo dispuesto en sus artículos 20°, 21° y 22°, sobre las observaciones, retiro y cancelación de los trabajos de investigación o tesis plagiados, en el presente estudio los textos que pertenecen a otros autores están debidamente citados y referenciados con la norma APA. La originalidad de la tesis está respaldada con la declaración jurada de autenticidad, suscrita por las autoras y anexadas a la presente tesis.

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Presentación, análisis e interpretación de resultados.

Realizada la revisión de la red social, se hizo una selección motivada de los videoclips que presentan una serie de TikToks de categoría educativa, cuyos contenidos fueron registrados en las fichas de análisis para tener sus principales características. La selección fue de tipo observacional y de intención arbitraria. En el caso de los TikTok que fueron elaborados por las autoras, se hicieron con la finalidad de demostrar que este aplicativo adecuadamente elaborado y orientado como estrategia didáctica, permitirá a docentes y alumnos, interactuar con breves mensajes logrando sus aprendizajes memorísticos, significativos u holísticos, estando a merced de la capacidad de creatividad de los actores, porque la red social china, ofrece una serie de efectos que logran escenas divertidas y de fácil alteración como las voces, imágenes y textos.

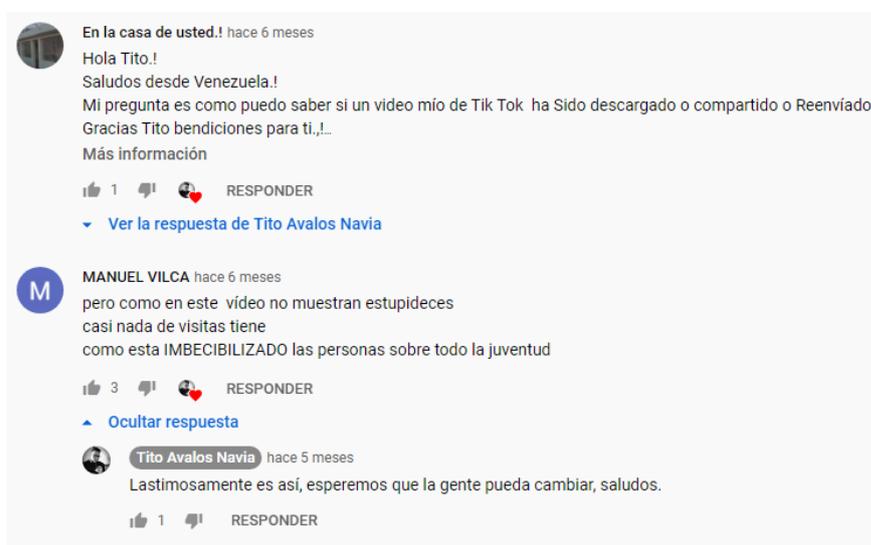
Las siguientes son las fichas y los productos educativos que se presentan como resultado del estudio.

EL 'TIKTOK' COMO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIDÁCTICA UNIVERSITARIA

Responsables: Karla Grecia HUAMÁN MEDINA y Frecuencia Guadalupe RAMÍREZ MAURY

FICHA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO N° 01			
Género / título:	Vídeo: TIKTOK como HERRAMIENTA EDUCATIVA 2021		
Dirección electrónica:	https://www.youtube.com/watch?v=XBRr8onuikM		
Fecha/día	Subida: No registra	Recuperada: 25 de abril de 2021	
Autor:	Docente: x Tito Ávalos Navia	Universidad Autónoma Juan Misael Saracho Ciudad de Tarija – Provincia Cercado - Bolivia	
Tiempo de duración:	Minutos: 07	Segundos: 26	
Direccionalidad:	Docente – alumno	Alumno - docente	Otro: x
Lenguaje:	Verbal: x	No verbal: x	Otro:
Impacto:	Alto:	Medio: x	Bajo:
Protagonista (s):	Varios Edutokers		
Tema:	Varias materias		
Categorías:	Gestión educativa		
Suscriptores	4000 suscriptores		
Características:	Presenta varios ejemplos de docentes con distintas materias de enseñanza.		
Comentarios:	N° comentarios: 14	Comentario más relevante: <u>MANUEL VILCA</u> hace 6 meses : Pero como en este vídeo no muestran estupideces casi nada de visitas tiene como esta IMBECIBILIZADO las personas sobre todo la juventud (sic.)	
Visualizaciones:	18.282 visualizaciones al 25 de abril de 2021		
Contenidos:	Minuto 00.00: El Edutoker, presenta el vídeo caracterizando al TikTok. Minuto 01.37: Presenta los TikTok creativos en la categoría educativa Minuto 01.45: Multiplicación de binomios (Profe: Carlos Maxi) Minuto 02.24: Fases de la Primera Guerra Mundial (Juan Jesús) Minuto 03.26: ¿Cuánto dura un juicio? (Manuel Cojab) Minuto 03.42: ¿Qué es la inflación? (Cápsulas económicas – Manuel Cojab) Minuto 03.58: ¿Qué es la conciliación? (ABC Jurídico) Minuto 04.34: Ecuaciones matemáticas (sólo imagen sin audio – Javier Sanz) Minuto 05.03: Ecuaciones matemáticas (sólo imagen sin audio – Sandro Curió) Minuto 05.19: Curiosidade Histórica (En lengua portuguesa) Minuto 06.19: Facebook – Amenaza Zoom (Javier Montenegro)		

	Minuto 06.40: El autor dirige pautas para convertirse en un EDUTOKER ²
Conclusiones:	<ul style="list-style-type: none"> - Es didáctico porque muestra la materia elegida en corto tiempo - De fácil empleo porque sólo se necesita un teléfono celular (smartphone) - El aplicativo cuenta con efectos que puede emplear el Edutoker. - Promueve la interacción docente – alumno. - No requiere otro dispositivo, para alumnos de escasos recursos económicos. - Se puede seguir la secuencia, activando la transcripción.



²² EDUTOKER: El educador que utiliza el TikTok para enseñar. Requiere crear una cuenta en TikTok, escoger la materia que quiere enseñar, grabar y publicar sus videos utilizando los recursos que ofrece la aplicación: música, filtros, hashtag, etc., para ser compartido en otras redes sociales.



Figuras 01, 02 y 03: secuencias del videoclip donde a través de variados TikToks, el productor da cuenta sobre la versatilidad de su uso para ser aplicados en la didáctica de la comunicación. El comentario de la figura 2, es relevante, porque se trata de un material educativo, comparándose con TikToks de farándula, estos últimos tienen millonarios seguidores. Ver el videoclip completo en el anexo 02.

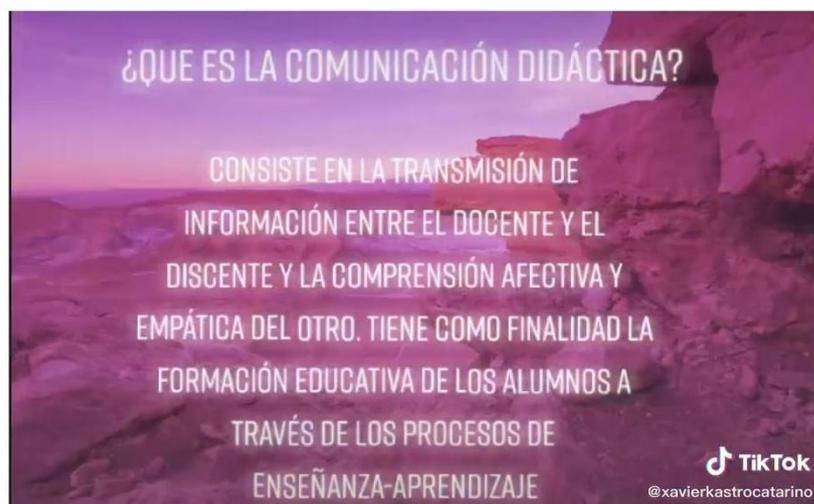
EL 'TIKTOK' COMO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIDÁCTICA UNIVERSITARIA

Responsables: Karla Grecia HUAMÁN MEDINA y Frecuencia Guadalupe RAMÍREZ MAURY

FICHA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO N° 02			
Género / título:	Vídeo: ¿Qué es la comunicación didáctica?		
Dirección electrónica:	https://vm.tiktok.com/ZMebxHG5x/		
Fecha/día	Subida: No registra	Recuperada: 09 de mayo de 2021	
Autor:	Xavier Castro Catarino	Javicatarino8	
Tiempo de duración:	Minutos: 00	Segundos: 12	
Direccionalidad:	Libre	libre	Otro: x
Lenguaje:	Verbal: x Texto escrito	No verbal:	Otro: x Sonido original: Javi Catarino Imágenes editadas
Impacto:	Alto:	Medio:	Bajo: x
Protagonista (s):	No tiene		
Tema:	Comunicación didáctica		
Categorías:	Educación		

Importancia:	Media	
Características:	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación escrita - Fondos panorámicos crepusculares - 4 combinaciones de imágenes crepusculares - Efectos combinados de colores editados 	
Comentarios:	Ningún comentario	Comentario más relevante:
Visualizaciones:	651	
Contenidos:	<p>TEXTO: “¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN DIDÁCTICA? Consiste en la transmisión de información entre el docente y el discente y la comprensión afectiva y empática del otro. Tiene como finalidad la formación educativa de los alumnos a través de los procesos de enseñanza aprendizaje”</p>	
Conclusiones:	<ul style="list-style-type: none"> - Es didáctico porque muestra la definición de la Comunicación Didáctica en corto tiempo - De fácil acceso siguiendo el link por el Whatsapp - Promueve el aprendizaje significativo. 	





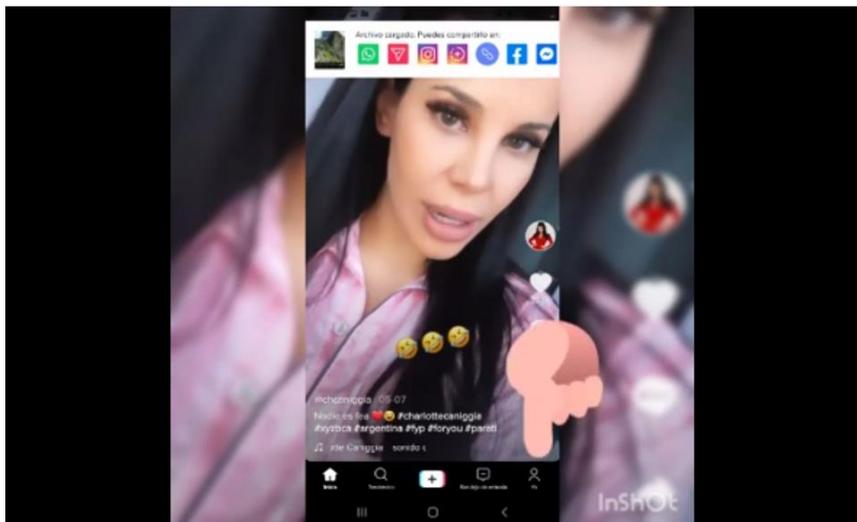
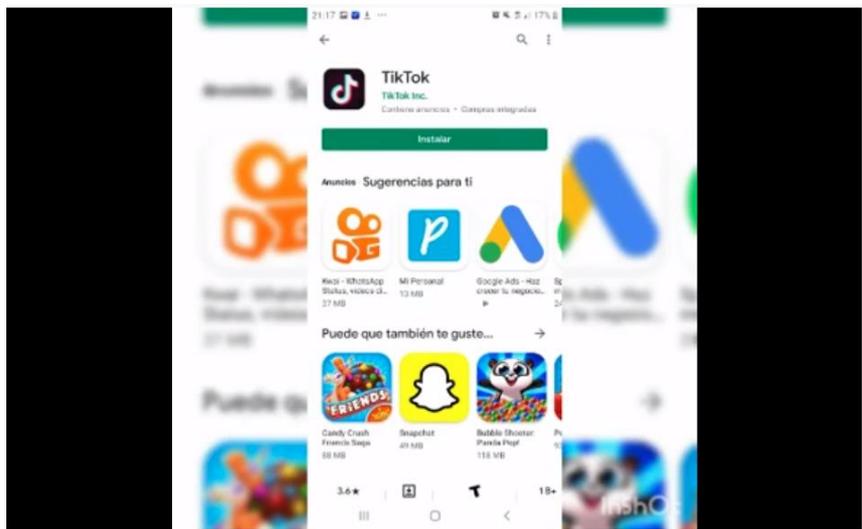
Figuras 04, 05 y 06: secuencias del TikTok educativo, donde el autor hace gala de una combinación de colores y efectos que el aplicativo facilita para la creatividad. Aunque los colores del fondo no son los adecuados para contrastar con el de las letras, el mensaje es claro y sencillo para su aprehensión. (Vídeo completo del TikTok, ver en anexo N° 03).

EL 'TIKTOK' COMO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIDÁCTICA UNIVERSITARIA

Responsables: Karla Grecia HUAMÁN MEDINA y Frecuencia Guadalupe RAMÍREZ MAURY

FICHA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO N° 03			
Género / título:	Vídeo: Crear videos educativos con TikTok.		
Dirección electrónica:	https://www.youtube.com/watch?v=3jA74JzUx1A		
Fecha/día	Subida: 09 de julio de 2020	Recuperada: 25 de abril de 2021	Hora: 7.21.23 p.m.
Autora:	Lic. Giselle Arduino		
Tiempo de duración:	Minutos: 07	Segundos: 16	
Direccionalidad:	Edutoker - Libre	Edutoker - libre	Otro:
Lenguaje:	Verbal: x Emplea el oral	No verbal: x Proxémica y cinética	Otro: Utiliza multimedios
Impacto:	Alto: x	Medio:	Bajo: x
Protagonista (s):	Varios Tik tokers		

Tema:	Varios	
Categorías:	Tutorial educativo	
Suscriptores:	Media 464 suscriptores	
Características:	Presenta varios ejemplos de TikTok con distintas materias de enseñanza.	
Comentarios:	Nº de comentarios: 05	Comentario más relevante: María jose <u>hace 8 meses</u> ¡¡Excelente gi !!
Visualizaciones:	14.481 visualizaciones al 25 de abril de 2021	
Contenidos:	<p>Minuto 00.00: Saludo de Giselle Arduino</p> <p>Minuto 00.07: Intriga de lo que puede causar en sus alumnos: sorpresa, atención, risa y curiosidad.</p> <p>Minuto 00.26: Algunos ejemplos de TikTok</p> <p>Minuto 00.30: Edutoker presenta un collage de imágenes superpuestas</p> <p>Minuto 00.35: Tucuman, Argentina; Machu Picchu, Perú; Pirámides de Egipto y Tokio, Japón.</p> <p>Minuto 01.24: Enseña instalar TikTok</p> <p>Minuto 02.39: Elige imagen de Machu Picchu para fondo de pantalla del TikTok</p> <p>Minuto 03.15: Inicia la grabación del TikTok</p> <p>Minuto 03.42: Registro con una cuenta de las cuatro posibilidades</p> <p>Minuto 04.28: Guardar videos de TikTok</p> <p>Minuto 04.58: Enseña cómo poner videos como fondo de pantalla</p> <p>Minuto 06.14: Elige el vídeo a grabarse</p> <p>Minuto 06.39: Orienta cómo publicar el TikTok grabado.</p>	
Conclusiones:	<ul style="list-style-type: none"> - El tutorial es práctico y orienta al novel a valorar la importancia del TikTok, a crearla utilizando los efectos y aplicaciones de la red social. - De fácil aprendizaje utilizando un teléfono Smartphone básico - Promueve el aprendizaje significativo, por la preexistencia de conocimientos de recursos digitales. 	



Figuras 07, 08 y 09: secuencias del videoclip tutorial que facilita al nuevo Edutoker a crear videos cortos de TikTok, para ser utilizados en el proceso de enseñanza – aprendizaje. El vídeo completo ver en anexo N°04.

EL ‘TIKTOK’ COMO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIDÁCTICA UNIVERSITARIA

Responsables: Karla Grecia HUAMÁN MEDINA y Frecuencia Guadalupe
RAMÍREZ MAURY

FICHA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO N° 04			
Género / título:	TikTok: Lenguaje corporal de un líder		
Dirección electrónica:	https://vm.tiktok.com/ZMebvF4s8/ .		
Fecha/día	Subida:	Recuperada: 8 de mayo de 2021	Hora: 5.27.12 PM.
Autora:	Melisa Quiñones		
Tiempo de duración:	Minutos: 00	Segundos: 15	
Direccionalidad:	Edutoker - Libre		Otro:
Lenguaje:	Verbal: x Emplea textos	No verbal: x Proxémica y Kinésica.	Otro: x Utiliza multimedios
Impacto:	Alto: x	Medio:	Bajo: x
Protagonista (s):	Melisa Quiñones		
Tema:	Comunicación corporal (no verbal)		
Categorías:	Comunicación		
Suscriptores:	464 suscriptores		
Características:	Presenta un TikTok con mensaje corporal no verbal.		
Comentarios:	N° de comentarios: x	Comentario más relevante: <u>manolexs40</u> : he aprendido harto con tus consejos gracias (sic)	
Visualizaciones:	62,400 visualizaciones		
Contenidos:	Minuto 00.00 a 00.15: <ul style="list-style-type: none"> - Protagonista aparece con vestimenta de color oscuro, sentada y segura de sí misma. - Pies firmes y separados - Espalda recta: contacto visual - Tronco inclinado: cercanía - Muestran las palmas (de las manos) - Manos juntas: conciliación - Asentimiento: interés 		
Conclusiones:	<ul style="list-style-type: none"> - El TikTok representa los movimientos corporales de la Edutoker para transmitir situaciones de seguridad, conciliación, cercanía, interés, conciliación y seguridad durante una conversación 		

	<ul style="list-style-type: none"> - De fácil aprendizaje para comunicadores de la especialidad de periodismo o conductores de televisión. - Promueve el aprendizaje de comunicación no verbal.
--	---



Figuras 10, 11, 12, 13 y 14: secuencias estáticas donde la Tiktokker transmite en sólo 15 segundos, las posturas corporales que, de acuerdo a la Kinésica, transmiten mensajes que a simple vista pasan desapercibidos. Con la interpretación de la postura, un receptor especializado, asume el estado de ánimo y actitud del emisor. TikTok completo, ver en anexo N° 05.

**EL 'TIKTOK' COMO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIDÁCTICA
UNIVERSITARIA**

Responsables: Karla Grecia HUAMÁN MEDINA y Frecuencia Guadalupe
RAMÍREZ MAURY

FICHA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO N° 05			
Género / título:	TikTok: Investigación cualitativa (sólo como ejemplo)		
Dirección electrónica:	No se subió al ciberespacio por ser un material expositivo (inédito)		
Fecha/día	Subida:	Recuperada:	Hora:
Autor:	Asesor de tesis		
Tiempo de duración:	Minutos: 00	Segundos: 10	
Direccionalidad:	Docente - alumnos		Otro:
Lenguaje:	Verbal: x Emplea textos	No verbal:	Otro: x Utiliza efectos y fondo musical
Impacto:	Alto:	Medio:	Bajo:
Protagonista (s):	No tiene		
Tema:	Empleo de instrumentos en la investigación		
Categorías:	Comunicación		
Suscriptores:	Ninguno		
Características:	Presenta un TikTok con mensaje textual - musical		
Comentarios:	N° de comentarios: ninguno	Comentario más relevante: Ninguno	
Visualizaciones:	Ninguna visualización		
Contenidos:	Minuto 00.00 a 00.10: - La investigación cualitativa permite un manejo arbitrario de los instrumentos y muestras en el estudio. No necesariamente pueden aplicarse ecuaciones estadísticas...		
Conclusiones:	- El TikTok puede ser presentado de manera sencilla y con una suma de pequeños vídeos, editando así una clase completa para la transmisión en breve tiempo, de los contenidos programados en un sílabo. - De fácil aprendizaje empleando el modelo memorístico y constructivo. - Promueve el aprendizaje de la investigación en comunicación.		

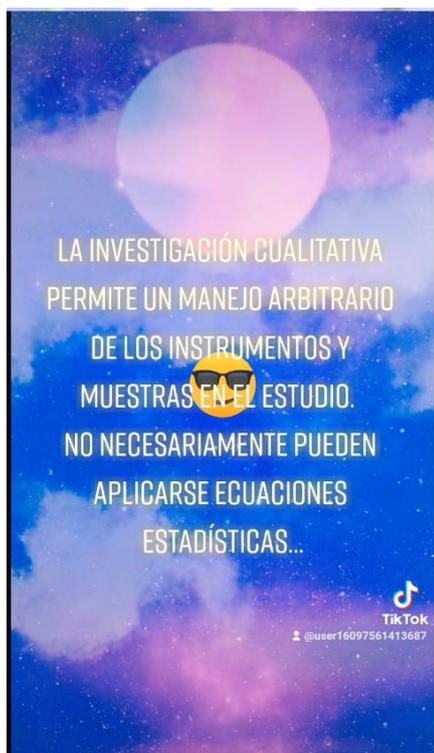


Figura N° 15: TikTok donde el docente transmite un mensaje relacionado a la educación cualitativa.

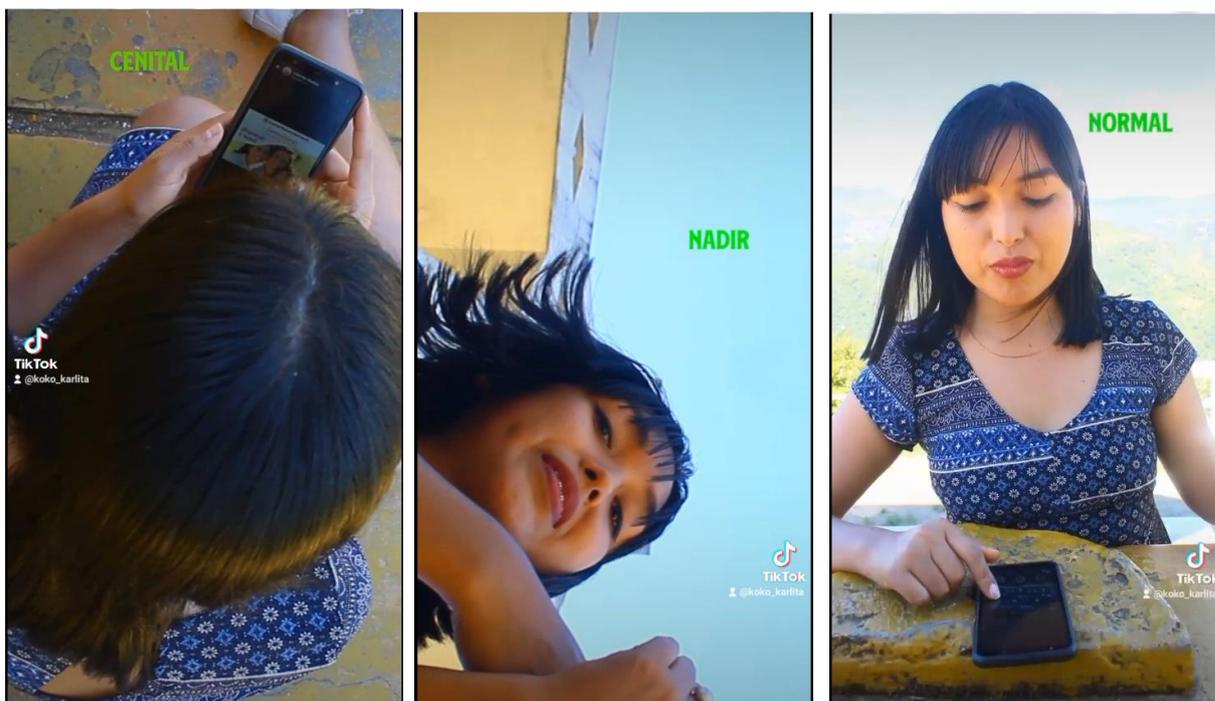
EL 'TIKTOK' COMO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIDÁCTICA UNIVERSITARIA

Responsables: Karla Grecia HUAMÁN MEDINA y Frecuencia Guadalupe RAMÍREZ MAURY

FICHA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO N° 06			
Género / título:	TikTok: Los ángulos de la cámara (sólo como ejemplo)		
Dirección electrónica:	No se subió al ciberespacio por ser un material expositivo (inédito)		
Fecha/día	Subida:	Recuperada:	Hora:
Autora:	Karla Huamán Medina		
Tiempo de duración:	Minutos: 00	Segundos: 26	
Direccionalidad:	Alumna – docente – alumnos		Otro:
Lenguaje:	Verbal: x Emplea textos	No verbal: Posiciones corporales	Otro: x Utiliza efectos y fondo musical
Impacto:	Alto:	Medio:	Bajo:
Protagonista (s):	La autora		
Tema:	Fotografía		
Categorías:	Comunicación		
Suscriptores:	Ninguno		
Características:	Presenta un TikTok con mensaje textual – corporal – musical		
Comentarios:	N° de comentarios: ninguno	Comentario más relevante: Ninguno	
Visualizaciones:	Ninguna visualización		

Contenidos:	Minuto 00.00 a 00.26: <ul style="list-style-type: none"> - Ángulos de la cámara - Cenital - Picado - Normal - Contrapicado - Nadir - En todos los casos, el TikTok se acompaña con las posturas corporales que identifican los ángulos fotográficos e invita a la discusión.
Conclusiones:	<ul style="list-style-type: none"> - El TikTok es presentado de manera sencilla, conteniendo la postura corporal de la protagonista, sólo con títulos de los ángulos fotográficos. - No hay lugar a la teoría - El espectador asume un concepto autónomo acerca de los ángulos que identifican las tomas. - De fácil aprendizaje empleando el método deductivo – interpretativo - Promueve el aprendizaje de manera práctica por imitación.





Figuras N° 16, 17, 18, 19, 20 y 21: secuencias del TikTok que se realizó como muestra que sí, los contenidos pueden aportar de manera más dinámica al conocimiento de las materias que se dictan en el programa de estudios de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión. En tan sólo 26 segundos y de manera práctica, el educador y educando, interactúan para diferenciar los ángulos de las tomas fotográficas. La explicación teórica, corre por cuenta de ambos actores, en discusión explicativa aplicando el método deductivo e interpretativo, así como la descripción, dando libertad al concepto autónomo y su reforzamiento con la explicación del docente. Ver el TikTok completo en el anexo N° 08.

EL ‘TIKTOK’ COMO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIDÁCTICA UNIVERSITARIA

Responsables: Karla Grecia HUAMÁN MEDINA y Frecuencia Guadalupe RAMÍREZ MAURY

FICHA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO N° 07			
Género / título:	TikTok: Consejos para una buena locución		
Dirección electrónica:	No se subió al ciberespacio por ser un material expositivo (inédito)		
Fecha/día	Subida:	Recuperada:	Hora:
Autora:	Frecuencia Guadalupe RAMÍREZ MAURY		
Tiempo de duración:	Minutos: 00	Segundos: 45	
Direccionalidad:	Docente - alumnos		Otro:
Lenguaje:	Verbal: x	No verbal:	Otro: x

	Emplea textos	Kinésica	Utiliza efectos y fondo musical
Impacto:	Alto:	Medio:	Bajo:
Protagonista (s):	No tiene		
Tema:	Consejos básicos para la locución		
Categorías:	Comunicación		
Suscriptores:	Ninguno		
Características:	Presenta un TikTok con mensaje textual – oral		
Comentarios:	Nº de comentarios: ninguno	Comentario más relevante: Ninguno	
Visualizaciones:	Ninguna visualización		
Contenidos:	<p>Minuto 00.00 a 00.45:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se generan tres consejos básicos para una buena locución sea en radio o televisión. - La Tiktoker refiere como primer consejo, que el locutor debe adecuarse a un ritmo, sea pausado, lento o rápido. - En segundo lugar, debe tener un estado de ánimo que permita tener el impacto esperado, asumiendo la tristeza, alegría o institucional - Como tercer consejo refiere que la proyección puede ser íntima, personal o social, dependiendo del contexto en que éste se desarrolla. 		
Conclusiones:	<ul style="list-style-type: none"> - El TikTok es presentado de manera sencilla y con textos que ayudan a entender el mensaje. - Los consejos están relacionados a la comunicación oral y despierta el interés del receptor. - Genera discusión, debido a que el contenido teórico, debe replicarse en la práctica y el objetivo del TikTok, es generar debate interno en el aula. - Promueve el aprendizaje de la investigación en comunicación. 		
Reforzamiento:	<ul style="list-style-type: none"> - La alumna (Tiktoker), puede presentar además otros TikTok de muestra, confirmando de ese modo que la creatividad sumada a la tecnología de la red social abre una amplitud de posibilidades para que la comunicación didáctica entre educador y educando en la universidad, sea interactiva, sencilla y de fácil manejo mediante los teléfonos celulares y ediciones mediante un colage de TikToks, para transmitir temas en poco tiempo. 		



Figuras N° 22,23 y 24: secuencias del TikTok que se realizó como muestra, donde se determinan teóricamente las cualidades de una persona para ejercer la locución en una cabina de radio, distinguiéndose los tipos rítmicos en pausado, lento y rápido, así como los estados de ánimo del locutor que indudablemente forman parte del mensaje que se va a transmitir, determinados por la tristeza, alegría e institucional. Estudios de neuromarketing, definen a las emociones como fuente del impacto que debe tener el mensaje transmitido y señalados en la alegría, tristeza y odio. Ver el TikTok completo en el anexo N° 08.



Figuras N° 25, 26 y 27: secuencias del TikTok que refuerza la participación de una alumna para explicar la velocidad y apertura del obturador de una cámara fotográfica. Sin voz ni texto, sólo con fondo musical.

4.2 Discusión de resultados (Opcional)

Durante el I Congreso Internacional de INNOVACIÓN DOCENTE e Investigación en Educación Superior desarrollado en noviembre del 2019 en Madrid, docentes de las Universidades de Málaga y la Complutense de Madrid, expusieron con marcado éxito la propuesta denominada “TIKTOK COMO HERRAMIENTA INNOVADORA EN EL AULA - APLICACIONES EN EL

ÁREA DE DLL”, relacionada a la utilización estratégica de dicha herramienta en la educación lingüística superior.



Figura N° 28: Presentación de diapositivas de la exposición desarrollada en el Congreso Internacional de Innovación Docente en Madrid, España, noviembre de 2019.

Partiendo de este modelo, muchos educadores y educandos, tienen en el aplicativo, una nueva forma de interactuar de manera tal que los resultados se ven plasmados en la producción de breves segundos, incluso de minutos si los creativos así lo requirieran, acercando con mayor rapidez a los miembros del aula con el docente y entre sí. La propuesta de los autores se resume en “ofrecer distintas posibilidades para mejorar e innovar en nuestra docencia en el área de Didáctica de la Lengua y Literatura, implementando actividades realizadas mediante la red social TikTok.”

La experiencia estuvo centrada en el conocimiento del funcionamiento y las características del TikTok, con lo que abordaron sus clases de especialidad, explicando y diferenciando entre sus alumnos los temas relacionados a las funciones del lenguaje (función fática, referencial, metalingüística, conativa y poética), además del estudio de la narración como género literario (elaboración de una historia, estructura de una narración, diálogos, ritmo, voces narrativas...); representación teatral y textos publicitarios, que fueron transmitidos por el aplicativo del teléfono, obteniendo efectividad, motivación y proactividad “cercana a la realidad de los discentes”³.

En realidad, el desarrollo del Congreso Internacional sirvió para que un número considerable de docentes de todas las áreas, definieran al TikTok, como un elemento necesario en la enseñanza – aprendizaje por sus variadas presentaciones y formas de transmitir temáticas relacionadas a sus especialidades. Estos paradigmas emergentes en la educación superior no excluyen el uso del teléfono en las aulas en sesiones presenciales, como era práctica usual, ahora, en las clases virtuales, es un elemento imprescindible para optimizar el proceso educativo.

El reto asumido por los Edutoker durante el Congreso Internacional ha permitido reconocer en el TikTok, una innovación didáctica para ser aplicada en el proceso enseñanza – aprendizaje, por lo que en el mundo actual ya se utiliza con mayor demanda entre los alumnos de la educación básica como del superior, alcanzando esa interconexión, sin más exigencias que contar con los elementales Smartphone, al alcance de los educandos de todos los niveles. Como corolario de las discusiones

³ **Discentes:** en España se refiere a la persona que recibe enseñanza. En Perú, a esta persona se le conoce como alumno, estudiante o educando.

y el debate generado por el empleo del TikTok en las aulas, los Edutoker determinaron como conclusión general que:

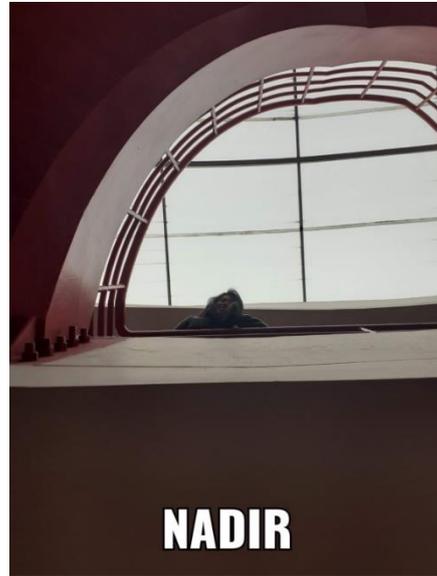
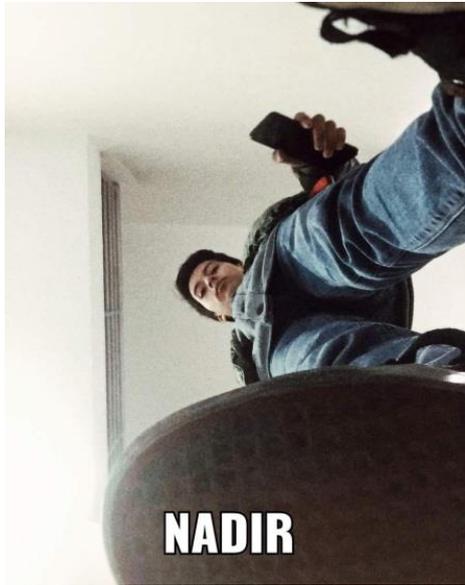
El uso didáctico de la tecnología de los smartphones mediante la aplicación TikTok supone grandes beneficios para la docencia 2.0. en el aula de Lengua y Literatura, puesto que ésta despierta la motivación y el interés en los discentes –que viene determinada por la inequívoca presencia de esta red social en sus espacios de ocio y entretenimiento personales–, y abre un abanico de contenidos lúdico-discursivos y lingüísticos factibles de ser enseñados a través de un aprendizaje envolvente, creativo y activo. Mediante propuestas como la presentada, el teléfono móvil podría dejar de ser en clase ese objeto prohibido y requisado, para llegar a convertirse en un aliado del docente, un cómplice de enseñanzas (Maqueda & Felipe, 2019).

Lo desarrollado en el Congreso Internacional, ha sido replicado en el Perú y específicamente para el presente trabajo.

- **El cotejo de productos empleando el TikTok Ángulos de la cámara**

El TikTok elaborado primigeniamente con el título ‘Ángulos de la cámara’ para una propuesta de innovación en la didáctica educativa, ha sido comparado con los ángulos que se conocen en el dictado de los cursos de fotografía de otra universidad y de la internet, a los que se apelaron con fines comparativos y de cotejo, para mejorar o desechar el material editado. De otro lado, con información requerida a especialistas en fotografía, se corrigieron ligeros errores del TikTok anterior y en una segunda elaboración se logró un mejor acabado, lo que debe exponerse como material educativo, si así lo solicitaran los docentes del curso.

Los siguientes son los ángulos fotográficos presentados por un alumno de la carrera de Publicidad y Comunicación de la Universidad de Ciencias Aplicadas:

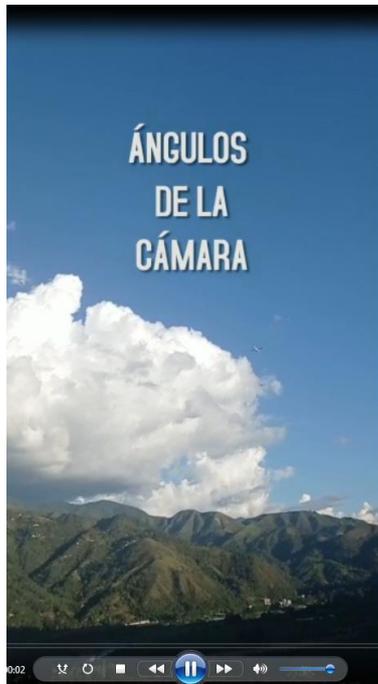


Figuras N° 29 y 30: Dos tomas fotográficas que explican el ángulo NADIR, con el que se replican los detalles del TikTok elaborado por las autoras en un primer momento.



Figuras N° 31 y 32: Otras dos tomas fotográficas que explican el ángulo GENITAL, con el que se replican los detalles del TikTok elaborado por las autoras en un primer momento.

Como resultado de esta comparación, se hicieron los reajustes necesarios hasta tener una mejor presentación, lo que permite inferir que, mediante un análisis de contenidos e interpretación de los mismos, se innova la comunicación didáctica para fortalecer el sistema de enseñanza – aprendizaje en la universidad.



Figuras N° 33, 34, 35, 36, 37, Y 38: Secuencias mejoradas de los ángulos de la cámara, presentadas mediante otro TikTok por las autoras, considerando las recomendaciones de los docentes de fotografía y del cotejo con los ángulos similares tomadas en el curso de Fotografía de la UPC, concluyendo en una mejor comunicación didáctica para el aprendizaje práctico del curso. Ver TikTok mejorado en el anexo N° 09.

CONCLUSIONES

1. El TikTok, es la herramienta versátil, de fácil producción y a bajo costo, para que la comunicación didáctica, logre la transmisión óptima de información entre el educador y educando o viceversa, en un estado de comprensión afectiva y empática durante el proceso de enseñanza – aprendizaje, donde los docentes y alumnos interactúen en provecho de la educación universitaria.
2. La Didáctica como herramienta pedagógica, aplicada a otros métodos de enseñanza en las asignaturas del programa de estudios de Ciencias de la Comunicación, garantiza el máximo aprovechamiento de aprendizaje por los educandos, ya que aprenden jugando, divirtiéndose y poniendo en relieve sus habilidades y competencias comunicativas.
3. El TikTok, utilizado como estrategia de enseñanza, permite al docente a innovar un proceso activo, más participativo con el que el educando se identifica fácilmente aplicando así el aprendizaje significativo, asimilando sus contenidos con mayor acción emocional porque el alumno es el actor principal de la estrategia.

RECOMENDACIONES

Primera: En el dictado de clases remotas durante la pandemia Covid-19, es recomendable utilizar el TikTok, como estrategia educativa, no sólo en las asignaturas de la carrera de Ciencias de la Comunicación, sino en todas las que, por su naturaleza, pueden tener este soporte digital.

Segunda: Promover en los educandos el fortalecimiento de sus capacidades cognitivas, empleando el TikTok, como herramienta didáctica para una mejor aprehensión de los contenidos curriculares.

Tercera: Inducir en los docentes, el empleo del TikTok, para optimizar y divertir a sus alumnos, con la producción de videos cortos que contengan en su estructura, TikToks relacionados con preguntas y respuestas, para un fácil aprendizaje significativo.

BIBLIOGRAFÍA

- Alarcón, D., & Barrera, J. (2017). Uso de internet y delitos informáticos en los estudiantes de primer semestre de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Sede Seccional Sogamoso 2016. Sogamoso - Colombia: Universidad Privada Norbert Wiener.
- Apertura - Revista virtual. (26 de Marzo de 2021). Universidad de Guadalajara. Recuperado el 01 de Mayo de 2021, de <http://www.udgvirtual.udg.mx>
- Arimetrics. (s.f.). Glosario digital. Obtenido de <https://www.arimetrics.com/glosario-digital/tik-tok>
- BBC News. (27 de Julio de 2020). TikTok: qué se sabe ByteDance y su enigmático dueño, Zhang Yiming. Recuperado el 24 de Noviembre de 2020, de <https://www.bbc.com/mundo/noticias>
- Cabezas, R. F. (2015). Influencia de la red social Facebook como recurso didáctico en la mejora de aprendizaje de contenidos en los estudiantes del curso Productos y Servicios Financieros del IFB Certus. Lima: USMP.
- Camero. (16 de Julio de 2015). La comunicación didáctica. Recuperado el 27 de Noviembre de 2020, de <http://camero2015.blogspot.com>
- Carrera, M. J. (s.f.). La comunicación didáctica. En s.i.. s.i.
- Corilla, L. G. (2020). El uso de Tik Tok como herramienta para generar Content Marketing por las marcas dirigidas a jóvenes de 17 a 25 años. Lima: UPC.
- Docentes al día. (15 de Diciembre de 2019). ¿Qué son las estrategias de aprendizaje? Recuperado el 27 de Noviembre de 2020, de <https://docentesaldia.com>

- Domínguez, J. (28 de Noviembre de 2019). Glosariocurrículum Wiki. Recuperado el 28 de Noviembre de 2020, de Enfoque curricular academicista o intelectualista: <https://glosariocurriculum.fandom.com>
- García, J. L. (2017). Adicción al Facebook y comunicación padres - adolescente en estudiantes de secundaria de una institución educativa. Lima: UNFV.
- Granda, L., & Espinoza, E. y. (02 de Marzo de 2019). Revista Scielo. Recuperado el 16 de Mayo de 2021, de Las TICs como herramientas didácticas del proceso de enseñanza-aprendizaje: <http://scielo.sld.cu/scielo>
- Iliquín, F. S. (2018). Plan de actividades basadas en la utilización del Facebook para mejorar el aprendizaje del idioma Inglés de los estudiantes del cuarto grado de secundaria en la Institución Educativa Seminario Jesús María, Amazonas 2018. Chiclayo: UCV.
- La investigación - qué pasos has de seguir... (s.f.). lainvestigacion.com. Obtenido de <https://lainvestigacion.com/muestreo/no-probabilistico/intencional>
- Lenguajes de programación. (18 de Junio de 2020). Qué es un algoritmo informático. Recuperado el 24 de Noviembre de 2020, de <https://openwebinars.net>
- Lombillo, I., & Valera, O. y. (2011). Apertura. Revista virtual de la Universidad de Guadalajara. Recuperado el 2021 de Mayo de 01, de <http://www.udgvirtual.udg.mx>
- Maqueda, E., & Felipe, A. y. (20 - 22 de Noviembre de 2019). Tik Tok como herramienta innovadora en el aula. Aplicaciones en el área de DLL. Recuperado el 16 de Mayo de 2021, de <https://riuma.uma.es>

Mark, N., Saunders, P., & Thornil, A. (2019). Research Methods For Business students. New York: Pearson.

Maslo, N. (02 de Marzo de 2020). Ia Latam. Recuperado el 24 de Noviembre de 2020, de TikTok: Cómo funciona su algoritmo?: <https://ia-latam.com>

Observatorio de innovación educativa. (14 de Abril de 2020). El uso de TikTok en el aula para el manejo de emociones. Recuperado el 27 de Abril de 2021, de <https://observatorio.tec.mx>

Pantoja, F. (14 de Abril de 2020). Observatorio de Innovación Educativa. Recuperado el 01 de Mayo de 2021, de El uso del TikTok en el aula para el manejo de emociones: <https://observatorio.tec.mx>

Pérez, L. M. (2020). Los micro influencers en TikTok como promoción de la recordación de marca en millennials. Caso Adidas. Lima: UPC.

Portocarrero, R. (2016). Las TIC en los procesos comunicativos didácticos y su relación con el rendimiento académico, de los estudiantes de la Escuela Profesional de Educación Inicial y Primaria de la Universidad Nacional de Ucayali-2014. Lima: UNMSM.

Robledano, Á. (18 de Junio de 2019). Qué es un algoritmo informático. Recuperado el 24 de Noviembre de 2020, de <https://openwebinars.net>

Roca, J. (s.f.). InformeTICfacil.com. Recuperado el 27 de Noviembre de 2020, de ¿Qué es una APP?: <https://www.informeticplus.com>

Romero, J. (05 de Marzo de 2020). Trece Bits - redes sociales y tecnología. Obtenido de Cómo funciona la «Teoría de Bloques», un posible algoritmo de TikTok: <https://www.trecebits.com>

- Santos, D. (25 de Agosto de 2020). Qué es TikTok: cómo funciona y por qué unirte en 2020. Obtenido de <https://blog.hubspot.es>
- Tito, E. C. (2018). El Facebook como recurso en el aprendizaje significativo en estudiantes del nivel secundario de la GUE Inca Garcilazo de la Vega del Cusco. Cusco: UNSA.
- Universidades de México. (04 de Febrero de 2021). Edutokers que imparten conocimientos. Recuperado el 16 de Mayo de 2021, de <https://universidadesdemexico.mx>
- Velásquez, J. (2017). Estrategias que mejoren el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en el papel del docente y su proceso de formador. Antioquia: Universidad Norbert Wiener.
- Xataka. (27 de Febrero de 2020). La fórmula de la atracción inmediata de TikTok: contenidos en abierto para enganchar y un potente algoritmo para la fidelización. Recuperado el 24 de Noviembre de 2020, de <https://www.xataka.com>
- Yovera, A. (2019). Uso del Facebook en el rendimiento académico de los estudiantes de la academia Siglo XXI del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público de Uchiza, 2019. Lima: UCV.
- Zambrano, P. (2017). Uso pedagógico de las TIC y su relación con el aprendizaje en la asignatura de logística integral del Programa Administración Policial en la Escuela “General Francisco de Paula Santander” en Bogotá-Colombia 2015. Bogotá: Universidad Privada Norbert Wiener.

ANEXOS

Anexo 1: Instrumento de recolección de datos

**EL 'TIKTOK' COMO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIDÁCTICA
UNIVERSITARIA**

Responsables: Karla Grecia HUAMÁN MEDINA y Frecuencia Guadalupe
RAMÍREZ MAURY

FICHA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO N° 02			
Género / título:			
Dirección electrónica:			
Fecha/día	Subida:	Recuperada:	Otro:
Autor:			
Tiempo de duración:	Minutos:	Segundos:	
Direccionalidad:			Otro:
Lenguaje:	Verbal:	No verbal:	Otro:
Impacto:	Alto:	Medio:	Bajo:
Protagonista (s):			
Tema:			
Categorías:			
Importancia:			
Características:			
Comentarios:	Ningún comentario:	Comentario más relevante:	
Visualizaciones:			
Contenidos:			
Conclusiones:			

V° B° Docente Asesor:

Anexo 2: Declaración de originalidad de la tesis

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Mediante el presente documento, yo Karla Grecia HUAMÁN MEDINA, identificada con código N° 1441013207 y Documento Nacional de Identidad N° 73383937 declaro que los contenidos de la Tesis titulada: El ‘TikTok’ como estrategia de comunicación didáctica universitaria, presentada para optar el título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación es de mi co-autoría, por lo que, asumo las responsabilidades civiles, administrativas o penales que pudieran derivarse, en caso se detecten textos parciales o totales plagiados en la misma, **autorizando** a las autoridades de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, aplicar lo dispuesto en la Resolución del Consejo Directivo de la SUNEDU N° 174-2019-SUNEDU/CD, que prevé las acciones para garantizar la originalidad de los trabajos de investigación.

Asimismo, **autorizo** a los interesados que deseen utilizar total o parcialmente la Tesis con fines educativos y de investigación, lo pueden hacer, siempre que citen adecuadamente a la suscrita y a la co-autora.

Para mayor constancia, firmo la presente declaración de autenticidad, en la fecha.

La Merced, mayo 10 de 2021.



Karla Grecia HUAMÁN MEDINA
D.N.I. N° 73383937

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

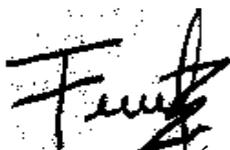
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Mediante el presente documento, yo Frecuencia Guadalupe RAMÍREZ MAURY, identificada con código N° 1491012048 y Documento Nacional de Identidad N° 73777902 declaro que los contenidos de la Tesis titulada: El ‘TikTok’ como estrategia de comunicación didáctica universitaria, presentada para optar el título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación es de mi co-autoría, por lo que, asumo las responsabilidades civiles, administrativas o penales que pudieran derivarse, en caso se detecten textos parciales o totales plagiados en la misma, **autorizando a las autoridades** de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, aplicar lo dispuesto en la Resolución del Consejo Directivo de la SUNEDU N° 174-2019-SUNEDU/CD, que prevé las acciones para garantizar la originalidad de los trabajos de investigación.

Asimismo, **autorizo** a los interesados que deseen utilizar total o parcialmente la Tesis con fines educativos y de investigación, lo pueden hacer, siempre que citen adecuadamente a la suscrita y a la co-autora.

Para mayor constancia, firmo la presente declaración de autenticidad, en la fecha.

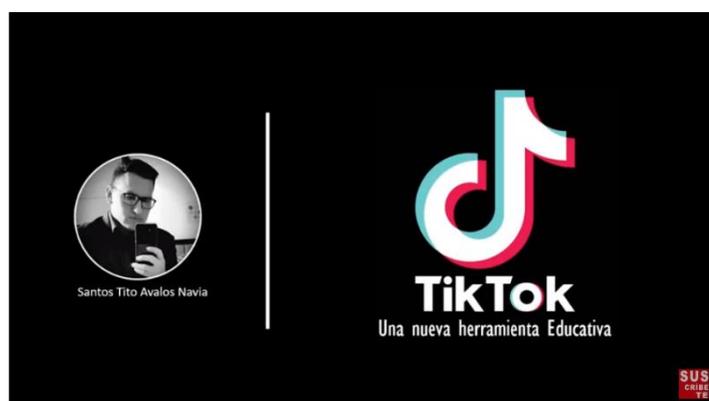
La Merced, mayo de 2021.



Frecuencia Guadalupe RAMÍREZ MAURY
D.N.I. N° 73777902

Anexo 3: Videoclip: TIKTOK como HERRAMIENTA EDUCATIVA 2021

Género / título:	Vídeo: TIKTOK como HERRAMIENTA EDUCATIVA 2021		
Dirección electrónica:	https://www.youtube.com/watch?v=XBRr8onuikM		
Fecha/día	Subida: No registra	Recuperada: 25 de abril de 2021	
Autor:	Docente: x Tito Ávalos Navia	Universidad Autónoma Juan Misael Saracho Ciudad de Tarija – Provincia Cercado - Bolivia	
Tiempo de duración:	Minutos: 07	Segundos: 26	



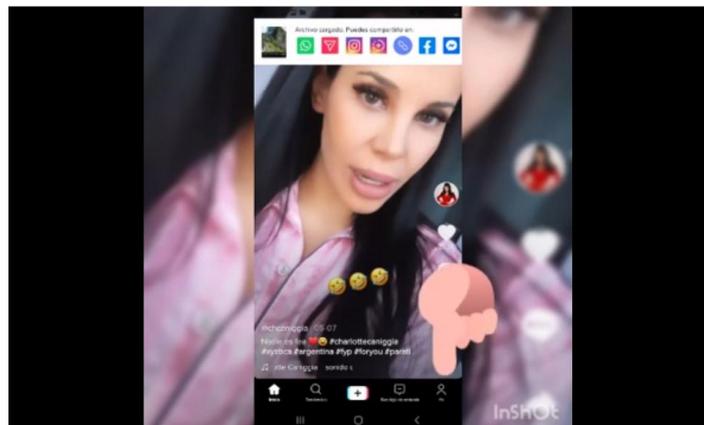
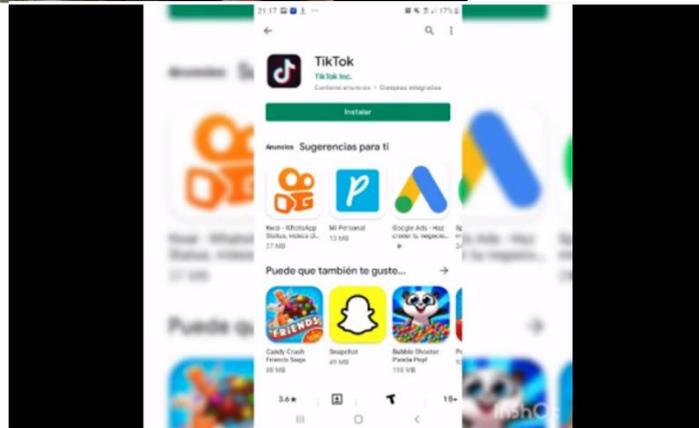
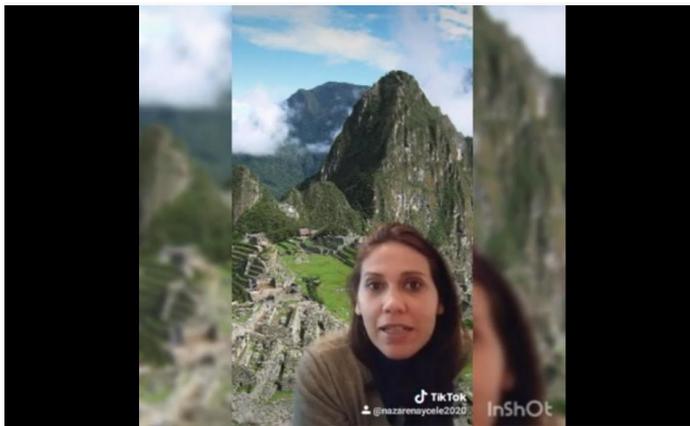
Anexo 4: Videoclip: ¿Qué es la comunicación didáctica?

Género / título:	Vídeo: ¿Qué es la comunicación didáctica?		
Dirección electrónica:	https://vm.tiktok.com/ZMebxHG5x/		
Fecha/día	Subida: No registra	Recuperada: 09 de mayo de 2021	
Autor:	Xavier Castro Catarino	Javicatarino8	
Tiempo de duración:	Minutos: 00	Segundos: 12	



Anexo 5: Videoclip: Crear videos educativos con TikTok.

Género / título:	Vídeo: Crear videos educativos con TikTok.		
Dirección electrónica:	https://www.youtube.com/watch?v=3jA74JzUx1A		
Fecha/día	Subida: 09 de julio de 2020	Recuperada: 25 de abril de 2021	Hora: 7.21.23 p.m.
Autora:	Lic. Giselle Arduino		
Tiempo de duración:	Minutos: 07	Segundos: 16	



Anexo 6: TikTok: Lenguaje corporal de un líder

Género / título:	TikTok: Lenguaje corporal de un líder		
Dirección electrónica:	https://vm.tiktok.com/ZMebvF4s8/		
Fecha/día	Subida:	Recuperada:	Hora:
		8 de mayo de 2021	5.27.12 PM.
Autora:	Melisa Quiñones		
Tiempo de duración:	Minutos: 00	Segundos: 15	



Secuencias estáticas donde la TikToker transmite en sólo 15 segundos, las posturas corporales

Anexo 7: TikTok: Investigación cualitativa (a modo de ejemplo)

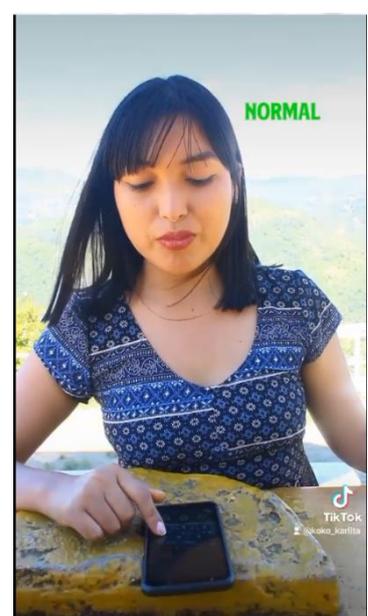
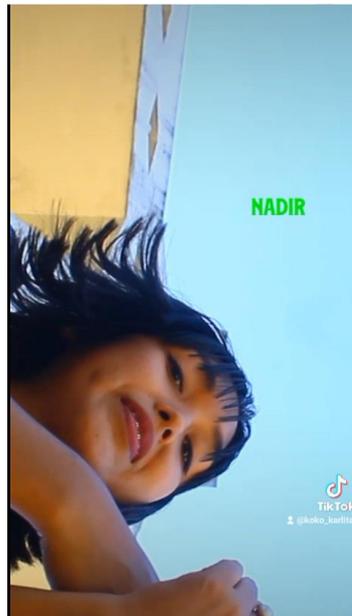
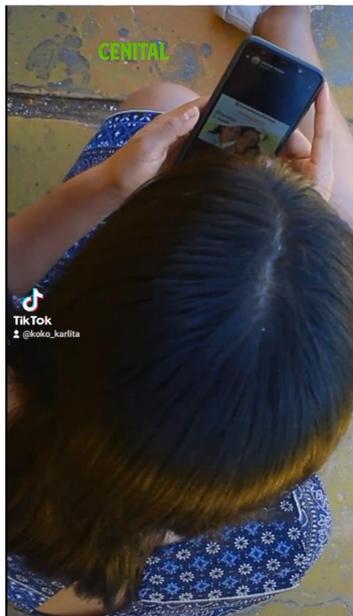
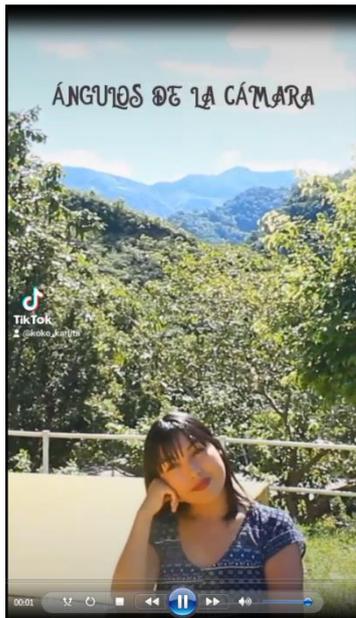
Género / título:	TikTok: Investigación cualitativa (sólo como ejemplo)		
Dirección electrónica:	No se subió al ciberespacio por ser un material expositivo (inédito)		
Fecha/día	Subida:	Recuperada:	Hora:
Autor:	Asesor de tesis		
Tiempo de duración:	Minutos: 00	Segundos: 10	
Direccionalidad:	Docente - alumnos		Otro:
Lenguaje:	Verbal: x Emplea textos	No verbal:	Otro: x Utiliza efectos y fondo musical
Impacto:	Alto:	Medio:	Bajo:
Protagonista (s):	No tiene		
Tema:	Empleo de instrumentos en la investigación		
Categorías:	Comunicación		
Suscriptores:	Ninguno		
Características:	Presenta un TikTok con mensaje textual - musical		
Comentarios:	Nº de comentarios: ninguno	Comentario más relevante: Ninguno	
Visualizaciones:	Ninguna visualización		
Contenidos:	Minuto 00.00 a 00.10: - La investigación cualitativa permite un manejo arbitrario de los instrumentos y muestras en el estudio. No necesariamente pueden aplicarse ecuaciones estadísticas...		
Conclusiones:	- El TikTok puede ser presentado de manera sencilla y con una suma de pequeños vídeos, editando así una clase completa para la transmisión en breve tiempo, de los contenidos programados en un sílabo. - De fácil aprendizaje empleando el modelo memorístico y constructivo. - Promueve el aprendizaje de la investigación en comunicación.		

TikTok donde el docente transmite un mensaje relacionado a la educación cualitativa.



Anexo 8: TikTok: Los ángulos de la cámara (de la autora)

Género / título:	TikTok: Los ángulos de la cámara (sólo como ejemplo)		
Dirección electrónica:	No se subió al ciberespacio por ser un material expositivo (inédito)		
Fecha/día	Subida:	Recuperada:	Hora:
Autora:	Karla Huamán Medina		
Tiempo de duración:	Minutos: 00	Segundos: 26	



Secuencias del TikTok que se realizó como muestra, los contenidos pueden aportar de manera más dinámica al conocimiento de las materias.

Anexo 9: TikTok: Consejos para una buena locución (de la autora)

Género / título:	TikTok: Consejos para una buena locución		
Dirección electrónica:	No se subió al ciberespacio por ser un material expositivo (inédito)		
Fecha/día	Subida:	Recuperada:	Hora:
Autora:	Frecuencia Guadalupe RAMÍREZ MAURY		
Tiempo de duración:	Minutos: 00	Segundos: 45	



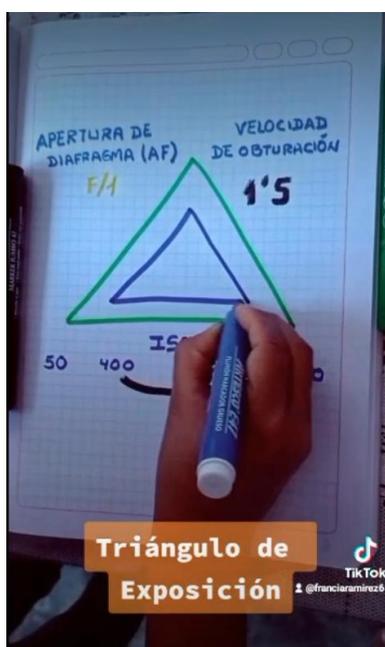
Secuencias del TikTok, donde se determinan teóricamente las cualidades de una persona para ejercer la locución.

Anexo 10: TikTok: Ángulos de la cámara (TikTok arreglado)

Género / título:	TikTok: Los ángulos de la cámara		
Dirección electrónica:	No se subió al ciberespacio por ser un material expositivo (inédito)		
Fecha/día	Subida:	Recuperada:	Hora:
Autora:	Karla Huamán Medina		
Tiempo de duración:	Minutos: 00	Segundos: 26	



Triángulo de Exposición



Triángulo de Exposición



Triángulo de Exposición

Secuencias del TikTok que refuerza la participación de una alumna para explicar la velocidad y apertura del obturador de una cámara fotográfica.