



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**PROGRAMA DE SEGUNDA ESPECIALIDAD
ESPECIALIDAD DE ENTORNOS VIRTUALES DEL
APRENDIZAJE**

Uso de la aplicación TikTok en estudiantes de secundaria de una IE,
Pueblo Libre – 2024

**TRABAJO ACADÉMICO PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
SEGUNDA ESPECIALIDAD EN ENTORNOS VIRTUALES DEL APRENDIZAJE**

AUTORA:

Salas Davila, Rosario del Pilar (orcid.org/0009-0005-2650-1529)

ASESOR:

Mg. Martin Vergara, Joseph Santiago (orcid.org/0000-0001-9565-9913)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Didáctica y Evaluación de los Aprendizajes

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Apoyo a la reducción de brechas y carencias en la educación en
todos sus niveles

TRUJILLO – PERÚ

2024

DEDICATORIA

A mi familia por sus palabras de aliento y apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTO

A mi colega y amiga Milagros Catalán
por su apoyo y profesionalismo en la
elaboración de mi trabajo académico.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE HUMANIDADES

PROGRAMA DE SEGUNDA ESPECIALIDAD EN ENTORNOS VIRTUALES PARA EL APRENDIZAJE

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MARTIN VERGARA JOSEPH SANTIAGO, docente de la FACULTAD DE HUMANIDADES del programa de SEGUNDA ESPECIALIDAD EN ENTORNOS VIRTUALES PARA EL APRENDIZAJE de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Trabajo Académico II titulado: "Uso de la aplicación TikTok en estudiantes de secundaria de una IE, Pueblo Libre - 2024", cuyo autor es SALAS DAVILA ROSARIO DEL PILAR, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 13%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender el Trabajo Académico II cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 30 de Junio del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MARTIN VERGARA JOSEPH SANTIAGO DNI: 18212883 ORCID: 0000-0001-9565-9913	Firmado electrónicamente por: MARTIN el 10-07- 2024 20:44:40

Código documento Trilce: TRI - 0782107



DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE HUMANIDADES

PROGRAMA DE SEGUNDA ESPECIALIDAD EN ENTORNOS VIRTUALES PARA EL APRENDIZAJE

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, SALAS DAVILA ROSARIO DEL PILAR estudiante de la FACULTAD DE HUMANIDADES del programa de SEGUNDA ESPECIALIDAD EN ENTORNOS VIRTUALES PARA EL APRENDIZAJE de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan el Trabajo Académico II titulado: "Uso de la aplicación TikTok en estudiantes de secundaria de una IE, Pueblo Libre - 2024", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que el Trabajo Académico II:

1. No ha sido plagiado ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicado, ni presentado anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
ROSARIO DEL PILAR SALAS DAVILA DNI: 07596859 ORCID: 0009-0005-2650-1529	Firmado electrónicamente por: DPSALASS el 30-06- 2024 17:26:14

Código documento Trilce: TRI - 0782106

ÍNDICE

DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR	
ÍNDICE	ii
ÍNDICE DE TABLAS	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. MÉTODO	9
3.1. Tipo de investigación	9
3.2. Variable y operacionalización	9
3.3. Población, muestra y muestreo	10
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	10
3.5. Procedimiento de recolección de datos	10
3.6. Método de análisis de datos	11
3.7. Aspectos éticos	11
IV. RESULTADOS	12
V. DISCUSIÓN	18
VI. CONCLUSIONES	21
VII. RECOMENDACIONES	23
REFERENCIAS	24
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Distribución del nivel de uso de la red social TikTok	12
Tabla 2 Distribución de la dimensión motivo de información	13
Tabla 3 Distribución de la dimensión motivo de identidad personal	14
Tabla 4 Distribución de la dimensión motivo de integración e interacción social	15
Tabla 5 Distribución de la dimensión motivo de entretenimiento	16
Tabla 6 Distribución de la dimensión motivo de autoexpresión	17

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar que motivaciones tienen las estudiantes de secundaria de una IE para hacer uso de la red social TikTok; con un enfoque cuantitativo de diseño descriptivo, se trabajó con una muestra compuesta por 116 estudiantes de quinto grado de secundaria de educación básica regular elegidas mediante el tipo de muestreo probabilístico. Para la recolección de datos se empleó como técnica la encuesta como instrumento un Cuestionario sobre el uso del TikTok, compuesto por 22 ítems, dividido en 5 dimensiones, el cual validado por expertos. Como resultado se halló que una mayoría significativa, con un total de 87 estudiantes (75%), alcanzó un nivel medio de uso, y 26 estudiantes (22,4%) lograron un nivel alto, Concluyendo que un grupo considerablemente de estudiantes se encuentran comprometidas y activas en esta herramienta siendo los motivos de identidad personal y entretenimiento las principales razones de uso de la plataforma TikTok.

Palabras clave: TikTok, motivaciones, redes sociales.

ABSTRACT

The objective of this research is to determine what motivations high school students from an EI have to use the social network TikTok; With a quantitative approach of descriptive design, we worked with a sample composed of 116 fifth grade students of regular basic education chosen through the type of probabilistic sampling. To collect data, a survey was used as a technique and a Questionnaire on the use of TikTok was used as an instrument, composed of 22 items, divided into 5 dimensions, which was validated by experts. As a result, it was found that a significant majority, with a total of 87 students (75%), reached a medium level of use, and 26 students (22.4%) achieved a high level, concluding that a considerable group of students are committed and active in this tool, with personal identity and entertainment reasons being the main reasons for using the TikTok platform.

Keywords: TikTok, motivations, social networks.

I. INTRODUCCIÓN

El conocimiento ha evolucionado y con ello el desarrollo de investigaciones que han posibilitado la generación de diferentes enfoques pedagógicos educativos los cuales, se han valido del uso de herramientas para la transferencia del conocimiento rompiendo así con paradigmas tradicionales (Acurio et al, 2019). Con el surgimiento de las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC), la educación empieza a renovarse cuestionándose los métodos y técnicas empleadas por los docentes hasta ese momento (Muñoz et al., 2013). Al respecto, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2022) estima que, la tecnología se ha convertido en una herramienta que ha progresado en el tiempo vinculando a las personas y ayudándolos a enfrentar desafíos personales y mundiales.

La integración de la TIC a la educación nace como producto de la necesidad ante la influencia que ejerce la tecnología en todos los espacios de la vida, especialmente en el campo laboral y educativo; los llamados: nativos digitales, demandan de una praxis educativa novedosa, con métodos y estrategias de aprendizaje que respondan a los requerimientos de esta nueva era digital (Morduchowicz, 2021). En los últimos años, las estrategias de aprendizaje han soportado continuos cambios producto de la irrupción de los dispositivos digitales y el surgimiento de las redes sociales (RRSS) como herramientas mediadoras y facilitadoras en el proceso educativo (Gil-Fernández y Calderón-Garrido, 2021). Las RRSS y otros portales digitales han transformado la sociedad, posibilitando que, las personas de todos lados del mundo puedan comunicarse y compartir información (Azoulay, 2023).

Las RRSS, son un fenómeno social que está en un proceso de construcción, ampliación y crecimiento global en diversos campos (Botías et al., 2018); está presente en el quehacer cotidiano de todos los individuos, en la actualidad se han convertido en herramientas habituales para los estudiantes quienes están pendientes del entorno social que los rodea (Velasquí, 2019). Al respecto, el estudio desarrollado por el Instituto de Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2023) sobre la población usuaria del internet en el primer trimestre 2023 arroja que, el 92,8% de la población mayor de 6 años de edad utilizó Internet para comunicarse,

un 89,3% para actividades de entretenimiento, como jugar videojuegos y obtener películas o música, y el 78,4% accedió para obtener información.

Al igual que otros entornos de aprendizaje, las RRSS se han constituido en una herramienta eficaz para la educación por cuanto posibilitan desarrollar en los estudiantes conductas adecuadas como el trabajo en equipo, el aprendizaje autónomo, así como la gestión de información adecuada correcta y verás (Botías et al. ,2018). Durante el aislamiento social producto de la COVID 19 las RRSS se convirtieron en un aliado para el sistema educativo.

Luque (2022), hizo referencia sobre el potencial de la red social TikTok, por ser una herramienta que promociona la lectura, atrayendo a personas con poco hábito por la búsqueda de la información mediante el lenguaje escrito. Al respecto, para Huamán y Ramírez (2022) el TikTok es una herramienta dinámica y didáctica que permite la transmisión de la información de forma ágil y empática donde los docentes y estudiantes interactúan en provecho del aprendizaje, además que, sirve como estrategia toda vez que, los estudiantes aprenden divirtiéndose y desarrollando sus competencias comunicativas. Así mismo, el docente puede innovar su proceso de enseñanza haciéndola más atractiva y participativa

Establecer como una necesidad el uso de red social TikTok aplicada a la educación y en todos los procesos insertos en ella, se debe considerar dado que en el contexto actual los adolescentes se encuentran cada vez más inmersos en el uso de esta red social y ante los aportes dados por los autores expuestos se dio por conveniente conocer los beneficios de esta red social en las actividades académicas de la institución en estudio, por ello se formula la siguiente pregunta general que va a orientar la investigación: ¿Qué motivaciones tienen las estudiantes de secundaria de una IE, Pueblo Libre – 2024 para usar la aplicación TikTok?

Desde la perspectiva teórica del constructivismo el uso de la tecnología como la red social TikTok es una herramienta aliada a la educación, que requiere de un diseño con metodología apropiada, para la construcción, creación del conocimiento (Sánchez, 2013). La investigación se justifica porque servirá para que personas relacionadas al campo educativo puedan incorporar esta red social que se encuentra de moda entre los jóvenes estudiantes para poder innovar en sus

actividades pedagógicas y dinamizar los aprendizajes atendiendo los intereses de los adolescentes. Metodológicamente el estudio se ajusta a la rigurosidad del método científico partiendo desde la observación hasta la presentación de los resultados.

Se trazó el siguiente objetivo general que guiará el estudio: Determinar que motivaciones que tienen las estudiantes de secundaria de una IE, Pueblo Libre – 2024 para usar la aplicación TikTok, y como objetivo específico: (a) Identificar qué motivo de información tienen las estudiantes para usar la aplicación TikTok, (b) Identificar qué motivo de identidad personal tienen las estudiantes para usar la aplicación TikTok, (c) Identificar qué motivo de integración e interacción social tienen las estudiantes para usar la aplicación TikTok, (d) Identificar qué motivo de entretenimiento tienen las estudiantes para usar la aplicación TikTok y (e) Identificar qué motivo de autoexpresión tienen las estudiantes para usar la aplicación TikTok.

II. MARCO TEÓRICO

En Indonesia, Irsyadusshahibul (2024) realizó un estudio para identificar los motivos que impulsan el uso de las RRSS TikTok entre los estudiantes. Mediante métodos cualitativos y una muestra de 20 participantes, los resultados revelaron que las principales razones para usar TikTok son la búsqueda de información, la construcción de la identidad propia, la interacción social y el entretenimiento. Los motivos que compartieron similar medida fueron la búsqueda de información y el entretenimiento.

Nazuli (2022) realizó un estudio en Indonesia para analizar el uso de TikTok, empleando un enfoque cuantitativo descriptivo con una muestra de 100 usuarios. Los resultados mostraron que la mayoría de los encuestados utilizan TikTok por motivos de ayuda con problemas personales, relajación, manejo de emociones, y para lograr tranquilidad y estética. Se destacaron los motivos de integración e interacción social, así como el entretenimiento, como los más prevalentes entre los usuarios de la plataforma.

Zabala-Shigui y Banda-Casa (2022) llevaron a cabo un estudio en Ecuador para explorar el potencial de TikTok como herramienta educacional en estudiantes de bachillerato del cantón Latacunga. Utilizando un enfoque descriptivo, encuestaron a 165 estudiantes de dos instituciones. Descubrieron que un 52,7% de los estudiantes consideraban posible utilizar TikTok en sus actividades educativas, y un 57% estaban dispuestos a recibir conocimientos a través de esta plataforma. Concluyeron que TikTok podría ser aprovechada por los docentes para mejorar la productividad educativa de manera lúdica en los estudiantes.

En Barcelona, Tejedor Calvo et al. (2022), se trazaron como objetivo realizar un diagnóstico para describir y analizar la taxonomía que caracteriza a este conjunto de perfiles TikTok. En su estudio descriptivo analizaron 800 videos y 10 cuentas de tiktokers. Los resultados evidenciaron que el uso educativo del TikTok se encuentra en una etapa muy incipiente. Concluyeron que el aprovechamiento de esta plataforma requiere de estudios derivados del trabajo educativo colaborativo.

En Colombia, Puello (2023) realizó una investigación cualitativa con el objetivo de fortalecer la competencia argumentativa en los estudiantes a través de

redes sociales (TikTok, Facebook), con una muestra de 32 estudiantes, los resultados permitieron evidenciar interacciones, motivación expresa en ideas y comentarios, concluyendo que, esto produjo un cambio en las capacidades recomendando su aplicación de esta estrategia a otros estudiantes por su afinidad con los entornos digitales aprovechables para su formación.

El estudio de Esparraga (2022) tuvo como objetivo en diseñar una propuesta didáctica basada en TikTok para desarrollar la expresión oral en estudiantes, una investigación de diseño básico descriptivo, aplicaron una encuesta para evaluar la expresión oral a 54 estudiantes de 1ro de secundaria, el resultado del test determinó la existencia de un nivel bajo de expresión oral, toda vez que los evaluados se encontraban en un nivel de logro de inicio y proceso, se concluyó que, el deficiente nivel de expresión oral puede ser mitigado con la creación de una propuesta didáctica basada en esta red social.

Albitres (2018) realizó una investigación con el objetivo de determinar el uso de las redes sociales en estudiantes, un estudio descriptivo, recolectó información mediante un cuestionario aplicado a una muestra de 50 estudiantes, los resultados permitieron evidenciar un uso favorable de las redes sociales.

Luque, (2022), realizó una investigación con el propósito de analizar el potencial del TikTok como herramienta útil para la promoción de la lectura, con una metodología mixta, utilizó la técnica análisis de contenido y datos de 9 creadores de contenido, como resultado halló que las funcionalidades y posibilidades del TikTock hace posible un mayor alcance de interacción así como visibilidad de los videos concluyendo, que es una herramienta útil para propiciar la lectura en personas que no tienen este hábito.

El paradigma educativo está en constante evolución debido a la interacción entre la sociedad y el ámbito educativo. En particular, el uso de redes sociales en el proceso de enseñanza-aprendizaje ha sido objeto de estudio y ha ganado importancia en los últimos años. Investigadores han observado y analizado como estudiantes y docentes, utilizan estas plataformas e interactúan a través de ellas. Este fenómeno se ha intensificado y convertido en una tendencia significativa en la educación contemporánea (Gil-Fernández y Calderón-Garrido, 2021). Las RRSS, según Saini y Abraham (2019), proporcionan un espacio dinámico para la

construcción colaborativa del conocimiento, la interacción y el acceso a recursos educativos. Los educadores deben guiar a los estudiantes en su uso crítico y responsable para maximizar su potencial educativo.

La TUG, destaca que la investigación en comunicación, ha evolucionado desde la década de 1940, incorporando nuevas variables y adaptándose a diferentes medios y contextos demográficos, especialmente en RRSS (Mateus et al., 2023). La TUG se centra en las motivaciones y necesidades que llevan a los usuarios a utilizar medios de comunicación como las RRSS, en contextos de aprendizaje. Katz (1959) y Saini & Abraham (2019) han contribuido al desarrollo de esta teoría, subrayando la importancia de comprender el papel activo de las personas al elegir y utilizar medios que satisfacen sus necesidades y deseos.

La TUG permite analizar las razones detrás del uso de las RRSS por parte de estudiantes y docentes, identificando los beneficios que buscan obtener y diseñando estrategias pedagógicas efectivas para aprovechar estas plataformas. Islam et al. (2018, 2020) han destacado la influencia de factores como el entretenimiento y la interacción social en entornos educativos, señalando los posibles impactos negativos del uso excesivo como la autopromoción y exhibicionismo, subrayando la necesidad de un cambio sociocultural en el manejo de la información en las RRSS, sugiriendo que los desarrolladores de estas plataformas combatan la difusión de contenido falso.

Un elemento central de la TUG es la premisa que las audiencias son activas y utilizan los medios con objetivos específicos. Para una de las motivaciones que influye en el uso de las RRSS es la contribución y creación de contenido, relacionada con la influencia que otros contactos pueden ejercer, especialmente en plataformas donde se difunden mensajes y que los usuarios puedan ser alcanzados por dichos mensajes (Buzeta et al., 2020). Para Martínez (2010), la TUG aplicada a los medios de comunicación de masas proporcionan relajación, estimulan la imaginación y promueven las relaciones sociales, sin embargo, con la incorporación de las RRSS las gratificaciones se amplían proporcionando: (a) Confianza, dando la sensación de libertad, pudiéndose compartir información personal, (b) Compañía, brinda el efecto de mitigar la soledad, (c) Felicidad, se transforma en un espacio de

entretenimiento, (d) Diversión, son una fuente de distracción y (e) Vigilancia, mantiene al usuario actualizado con la información.

La teoría del Aprendizaje Social, propuesta por Albert Bandura, examina cómo las personas aprenden mediante la observación, la imitación y la interacción en su entorno social. Este concepto es relevante para plataformas como TikTok, donde los usuarios pueden aprender de videos de otros y tratar de replicarlos. Aspectos clave de esta teoría incluyen: a) interacción y aprendizaje, entre el estudiante y su entorno social, permitiendo un aprendizaje rápido y cualitativo, b) cognitivos y conductuales, abarcan tanto el comportamiento observable como los procesos mentales internos, c) observación y modelado, se aprende observando a otros y d) la autoeficacia, creencia en la propia capacidad, influye en el aprendizaje y la motivación, aumenta la disposición a intentarlo cuando se tiene confianza en el éxito (Triglia, 2015).

La red TikTok, originariamente conocida como Douyin y lanzada en septiembre de 2016 para compartir videos cortos, se fusionó con Musical.ly en agosto de 2018, consolidándose como una de las plataformas más populares a nivel mundial en RRSS, ha ganado especial popularidad entre los jóvenes, se destaca como una plataforma donde los usuarios producen y consumen contenidos diversos expresando sus sentimientos o situaciones de vida diaria interactuando con otros usuarios (Arcos, 2021; Irsyadusshahibul, 2024). TikTok es una plataforma dinámica y didáctica que facilita la transmisión rápida y empática de información, promueve la interacción entre docentes y estudiantes para mejorar el aprendizaje. Posibilita un aprendizaje de forma divertida y mejora las competencias comunicativas; propicia la innovación de métodos de enseñanza, haciéndolos más atractivos y participativos (Huamán y Ramírez, 2022).

Aumenta la motivación y la implicación de los estudiantes gracias a su componente digital, promoviendo un aprendizaje más significativo (Yélamos-Guerra et al., 2022). El uso del TikTok puede tener efectos positivos en el rendimiento académico de los estudiantes (Yang, 2020). Desde un enfoque de uso y necesidad TikTok es definida por Stamenković y Mitrović (2023), como una plataforma que se alinea con las necesidades de los usuarios brindando espacios de pasatiempos y oportunidades para satisfacer diversas necesidades, desde la comunicación e

interacción con otros hasta la información, el entretenimiento y la autoexpresión.

Para efectos del estudio se han considerado las siguientes dimensiones:

Dimensión 1 motivos informativos, implica el uso de la plataforma TikTok con el fin de satisfacer sus propios intereses, el contenido que ofrece esta plataforma es los usuarios es variado, pudiéndose encontrar: pasatiempo, curiosidades, tutoriales, sugerencia que pueden ayudar a los usuarios a tomar decisiones, formándose opiniones sobre temas de interés.

Dimensión 2 identidad personal, está referida al uso de la plataforma para mostrar su personalidad, intereses, habilidades y creatividad. a través de una variedad de contenido, que incluye desde bailes, sketches cómicos y desafíos hasta tutoriales, opiniones sobre temas relevantes y experiencias personales. La plataforma permite a los usuarios expresarse de manera auténtica construyendo su identidad y mejorando la autocomprensión.

Dimensión 3 integración e interacción social, permite conectarte con otros usuarios a través de desafíos, comentarios y colaboraciones pudiendo encontrar comunidad y apoyo al interactuar con personas que comparten tus intereses, genera un sentimiento de pertenencia a un grupo o comunidad, especialmente para aquellos que se sienten marginados o aislados en otros contextos. La plataforma facilita la conexión con amigos, familiares y personas conocidas, permitiendo compartir momentos, experiencias y crear recuerdos juntos. Fomenta una cultura participativa.

Dimensión 4 necesidad de entretenimiento, la plataforma ofrece a los usuarios amplia variedad de contenido entretenido, desde videos cómicos y musicales hasta bailes y desafíos virales, que permiten a los usuarios relajarse, divertirse y escapar del estrés cotidiano. Proporcionando espacios de tranquilidad y regulando sus emociones.

Dimensión 5 motivo de la autoexpresión, a través de la plataforma los usuarios pueden mostrar su personalidad, sus intereses y pasatiempos, siendo más auténticos, exponiendo su talento a la comunidad virtual, así como sus ideas, experiencias, valores y opiniones.

III. MÉTODO

3.1. Tipo de investigación

3.1.1 Tipo de investigación: Según Arispe et al. (2020) la investigación básica a la que corresponde el estudio se enfoca en generar conocimientos nuevos mediante la comprensión de determinados aspectos fundamentales y de la observación de hechos.

3.1.2 Diseño de investigación: No experimental, en este tipo de diseño no se manipulan las variables, los hechos se observan de manera natural, para ser analizados posteriormente (Arispe et al., 2020).

3.2. Variable y operacionalización

- **Definición conceptual:** TikTok es definida por Stamenković y Mitrović (2023), como una plataforma que se alinea con las necesidades de los usuarios brindando espacios de pasatiempos y oportunidades para satisfacer diversas necesidades, desde la comunicación e interacción con otros hasta la información, el entretenimiento y la autoexpresión.
- **Definición operacional:** Constituida por las dimensiones: a) Motivo de información, b) motivo de identidad personal, c) integración e interacción social, d) motivo de entretenimiento y e) motivo de autoexpresión
- **Indicadores:** a) Sugerencia y toma de decisiones, Interés, Búsqueda de información y utilidad, b) Autoexpresión, reconocimiento social, autopresentación, seguridad en uno mismo., c) El sentido de pertenencia, conexiones interpersonales mejoradas asociadas con el uso de los medios, d) Escapar o ser desviado de problemas o rutinas; liberación o alivio emocional; relajación, disfrute cultural o estético; pasar el tiempo, divertirse y jugar y e) Autoexpresión, reconocimiento social, autopresentación, seguridad en uno mismo
- **Escala de medición:** Escala de Likert

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población: Es definida por Arispe et al. (2020) conjunto de elementos con características similares y ocupan un determinado espacio, para efectos del estudio la conforman las estudiantes del 5to grado de educación secundaria de una institución educativa del distrito de Pueblo Libre.

- **Criterio de inclusión:** Todas las estudiantes de 5to de secundaria
- **Criterio de exclusión:** Estudiantes que no fueron autorizadas por sus apoderados para ser parte de la muestra.

3.3.2 Muestra: Para Hernández-Sampieri y Mendoza (2008), es un parte de la población de los cuales se recabará información, debiendo ser representativa para poder generalizar los resultados para efectos del estudio se trabajó con 120 estudiantes de 5to de secundaria.

3.3.3 Muestreo: Según Ñaupas (2018), es el procedimiento mediante el cual se seleccionan las unidades que forman parte de la muestra a fin de recoger la información requerida para la investigación.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Para Sánchez et al. (2018) la encuesta es un procedimiento que se realiza para la recolección de datos por medio de un instrumento compuesto por preguntas o ítems a fin de obtener información de una muestra.

Instrumento

El cuestionario es un formato diseñado para obtener información sobre una variable que se desea investigar el cual puede ser aplicado en forma presencial o virtual (Sánchez et al., 2018).

3.5. Procedimiento de recolección de datos

Se entregó a la muestra de estudio un cuestionario anónimo respecto al Uso del TikTok compuesto por 5 dimensiones y 22 ítems para ser respondido de forma

individual. Se instituyó a las *estudiantes* la forma de cómo deberían marcar sus respuestas otorgándoseles un tiempo de 20 minutos para su desarrollo, al término del cual, se recibieron todos los cuestionarios para su posterior procesamiento, agradeciendo su participación en el estudio.

3.6. Método de análisis de datos

Con la información proporcionada por las *estudiantes* de su cuestionario se procedió a organizarla por medio de Microsoft Excel siguiendo criterios para su respectivo análisis descriptivo y obtener los resultados representados en tablas de frecuencias. Para obtener los niveles y escalas se aplicó el baremo, posteriormente se realizó el análisis mediante el Software estadístico SPSS 26, el cual permitió tabular los datos, obteniendo los resultados en porcentajes y tablas pertinentes.

3.7. Aspectos éticos

El estudio se desarrolló ajustándose a los lineamientos contenidos en la Resolución de Vicerrectorado de Investigación N°062-2023-VI-UCV; respetando las ideas originales de los autores siendo citadas de acuerdo a la norma APA7 con la autorización de los directivos de la IE en estudio y contando con la autorización de los autores legales de las *estudiantes* se llevó a cabo el estudio manteniendo la reserva de identidad de las participantes, asimismo, se respetó la legitimidad de los resultados y datos recogidos en la investigación.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados descriptivos

Tabla 1

Distribución del nivel de uso de la red social TikTok

Uso de la red social TikTok					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
			válido	válido	acumulado
Válido	Bajo	3	2,6	2,6	2,6
	Medio	87	75,0	75,0	77,6
	Alto	26	22,4	22,4	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

En la tabla 1 se presentan los resultados con respecto a la variable uso de la red social TikTok se halló que 3 estudiantes equivalentes al 2,6% alcanzaron un nivel bajo con respecto a la variable, asimismo 87 estudiantes encuestados (75%) alcanzaron un nivel medio y 26 (22,4%) participantes lograron un nivel alto.

Tabla 2***Distribución de la dimensión motivo de información***

		Motivo de información			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	29	25,0	25,0	25,0
	Medio	67	57,8	57,8	82,8
	Alto	20	17,2	17,2	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

En la tabla 2 se aprecian los resultados de la dimensión motivo de información por niveles, donde se halló que, 29 estudiantes equivalentes al 25% alcanzaron un nivel bajo, mientras que 67 participantes (57,8%) alcanzaron un nivel medio y 20 (17,2%) lograron un nivel alto en esta dimensión.

Tabla 3***Distribución de la dimensión motivo de identidad personal***

Motivo de identidad personal					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	14	12,1	12,1	12,1
	Medio	62	53,4	53,4	65,5
	Alto	40	34,5	34,5	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

En la tabla 3 se observa la frecuencia por niveles de la dimensión motivo de identidad personal. De un total de 116 encuestados se halló que, 14 estudiantes equivalentes al 12,1% alcanzaron un nivel bajo, mientras que 62 participantes (53,4%) presentaron un nivel medio y 40 (34,5%) lograron un nivel alto en esta dimensión.

Tabla 4***Distribución de la dimensión motivo de integración e interacción social***

Integración e interacción social					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	29	25,0	25,0	25,0
	Medio	58	50,0	50,0	75,0
	Alto	29	25,0	25,0	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

En la tabla 4 se aprecia la frecuencia por niveles de la dimensión motivo de integración e interacción social. Se halló que 29 estudiantes equivalentes al 25% alcanzaron un nivel bajo, mientras que 58 participantes (50%) lograron un nivel medio y 29 (25%) un nivel alto en esta dimensión de un total de 116 encuestados.

Tabla 5
Distribución de la dimensión motivo de entretenimiento

Motivo de entretenimiento					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	11	9,5	9,5	9,5
	Medio	66	56,9	56,9	66,4
	Alto	39	33,6	33,6	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

En la tabla 5 se observa la frecuencia por niveles de la dimensión motivo de entretenimiento. Se halló que 11 estudiantes equivalentes al 9,5% alcanzaron un nivel bajo, mientras que 66 participantes (56,9%) alcanzaron un nivel medio y 39 (33,6%) lograron un nivel alto en esta dimensión.

Tabla 6
Distribución de la dimensión motivo de autoexpresión

Motivo de autoexpresión					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	12	10,3	10,3	10,3
	Medio	81	69,8	69,8	80,2
	Alto	23	19,8	19,8	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

En la tabla 6 se observa la frecuencia por niveles de la dimensión motivo de autoexpresión. En relación a los resultados en esta dimensión se pudo hallar que, 12 estudiantes equivalentes al 10.3% alcanzaron un nivel bajo, mientras que 81 participantes (69,8%) un nivel medio y 23 (19,8%) lograron un nivel alto en esta dimensión.

V. DISCUSIÓN

A vista de los resultados en relación al objetivo general, determinar que motivaciones que tienen las estudiantes de secundaria de una IE, Pueblo Libre – 2024 para usar la aplicación TikTok. Desde el aporte de la Teoría de Usos y Gratificaciones son diversos los motivos por los cuales las personas se sumergen en el uso de redes sociales (RRSS) destacado la influencia de factores como el entretenimiento y la interacción social (Islam et al., 2018; 2020). A la fecha es la red social con mayor popularidad entre los jóvenes (Arcos, 2021; Irsyadusshahibul, 2024).

Los hallazgos en la investigación revelaron patrones interesantes sobre el uso de esta plataforma entre los estudiantes encuestados. De los 116 estudiantes analizados, solo 3 (2,6%) mostraron un nivel bajo de uso, lo que indica una minoría poco involucrada con la plataforma. La mayoría significativa, con un total de 87 estudiantes (75%), alcanzó un nivel medio de uso, sugiriendo que TikTok es una herramienta común pero moderadamente utilizada en su vida diaria. Por otro lado, 26 estudiantes (22,4%) lograron un nivel alto de uso, demostrando un grupo considerablemente comprometido y activo en la red social. Similar resultado se pudo hallar en el estudio de Albitres (2018) quien encontró que un considerable número de estudiantes le dan uso a esta herramienta digital. Zabala-Shigui y Banda-Casa (2022) encontraron que más del 50% de estudiantes están dispuestos a recibir instrucción por este medio, lo que indica las diversas motivaciones de uso que los estudiantes le otorgan a esta plataforma.

De acuerdo al primer objetivo específico, identificar qué motivo de información tienen las estudiantes para usar la aplicación TikTok. Stamenković y Mitrović (2023) desde un enfoque de uso y necesidad, el uso TikTok implica la búsqueda de satisfacción de los sus propios intereses por parte del individuo encontrando en este medio pasatiempos, curiosidades, tutoriales y sugerencias que pueden ayudar a los usuarios a tomar decisiones y asumir posturas.

Los resultados del presente estudio revelan que, 67 estudiantes, representando el 57,8%, lograron un nivel medio, indicando que, para más de la mitad de los participantes, TikTok es una fuente de información moderadamente importante y 20 estudiantes, es decir, el 17,2%, alcanzaron un nivel alto, lo que muestra que una minoría significativa ve en TikTok una importante herramienta

informativa. Al respecto la investigación de Irsyadusshahibul (2024) reveló que, una de los principales motivos para usar TikTok es la búsqueda de información, TikTok es una fuente de información moderadamente importante para la mayoría de las estudiantes, mientras que una minoría significativa la considera crucial para sus intereses personales.

En cuanto al segundo objetivo específico, identificar qué motivo de identidad personal tienen las estudiantes para usar la aplicación TikTok. Stamenković y Mitrović (2023) estima que el uso de la plataforma TikTok está orientado a mostrarla personalidad de los usuarios, revelando sus intereses, habilidades y creatividad por medio del contenido. Este estudio revela que la mitad de los participantes, es decir, 58 estudiantes (50%), lograron un nivel medio, indicando que, para un número significativo de estudiantes, TikTok es una herramienta moderadamente importante para socializar e integrarse con otros. Mientras que, 29 estudiantes (25%) alcanzaron un nivel alto, lo que demuestra que, TikTok juega un papel importante en su vida social. El estudio de Tejedor Calvo et al. (2022), halló que la totalidad de las cuentas analizadas son personales, reforzando el tipo de perfil que hace uso de esta red social. Lo que lleva a inferir que las motivaciones de los usuarios de expresarse y construir su identidad conllevan la consumo masivo y mediático de TikTok.

Respecto al tercer objetivo específico, identificar qué motivo de integración e interacción social tienen las estudiantes para usar la aplicación TikTok. Triglia (2015) referenciado a Albert Bandura, las personas adquieren conocimientos observando, imitando e interactuando con su entorno social. Saini y Abraham (2019), las RRSS ofrecen un entorno activo para la creación conjunta del conocimiento, la interacción y el acceso a materiales educativos, donde los usuarios pueden interactuar compartiendo intereses (Stamenković y Mitrović, 2023). Los resultados respecto a esta dimensión un 75% de las estudiantes entrevistadas (97), estiman que es una herramienta para socializar e integrarse con otros jugando un papel importante en su vida social. Similar resultado halló Nazuli (2022) en su investigación, el motivo de uso de la mayoría de los encuestados fue la interacción social y el entretenimiento, al igual que Luque, (2022), sobre la dimensión, hace posible un mayor alcance de interacción, así como visibilidad de los videos. Esto genera un sentido de pertenencia a un grupo o comunidad, especialmente para

aquellos que se sienten marginados o aislados en otros entornos fomentando una cultura participativa.

En relación al cuarto objetivo específico, identificar qué motivo de entretenimiento tienen las estudiantes para usar la aplicación TikTok. Islam et al. (2018, 2020) han señalado el entretenimiento como uno de los factores de interés en esta red social, la cual proporciona espacios para divertirse y escapar del estrés, sin embargo, señalan a la vez impactos negativos por exposición la autopromoción del usuario. Los resultados en esta dimensión demuestran que solo el 9,5%, (11 estudiantes) alcanzaron un nivel bajo lo que indica que, no utiliza TikTok principalmente para el entretenimiento, en contraste, 106 estudiantes, que consideran que TikTok es una plataforma significativamente importante para el entretenimiento. El estudio de Irsyadusshahibul (2024) encontró que una de la motivación de esta red es el entretenimiento. Dado estos hallazgos puede considerarse que el uso de la plataforma TikTok esencialmente es por motivos de entretenimiento y distracción.

En cuanto al quinto objetivo específico, identificar qué motivo de autoexpresión tienen las estudiantes para usar la aplicación TikTok. Gil-Fernández y Calderón-Garrido, (2021) el incremento de uso de esta plataforma la ha convertido en una tendencia significativa; unida a la necesidad que tienen los jóvenes por auto expresarse mostrando su personalidad, intereses y pasatiempos exponiendo su talento en una comunidad virtual (Stamenković y Mitrović, 2023) y de tener un lugar en el ciberespacio. En este estudio se observa una minoría (12,1%) de participantes utiliza TikTok con un enfoque limitado en la construcción de identidad personal, la mayoría, 53,4%, mostraron un nivel medio y 34,5% lograron un nivel alto, lo que indica que, para una considerable proporción de encuestados, TikTok juega un papel significativo en la expresión y exploración de su identidad personal. En contraste, el estudio de Esparraga (2022) encontró un deficiente nivel de expresión oral, entre un rango del nivel de inicio y proceso. Puello (2023) en sus resultados se evidenció interacciones, motivación expresa en ideas y comentarios al igual que Zabala-Shigui y Banda-Casa (2022) cuyos estudiantes se expresaban por medio de sus actividades educativas. La plataforma les permite expresarse de manera auténtica, construir su identidad y mejorar su autocomprensión.

VI. CONCLUSIONES

1. Los resultados del objetivo general revelan patrones notables en el uso de TikTok entre las 116 estudiantes encuestadas. 3 estudiantes (2,6%), mostraron un nivel bajo de uso de esta red social. 87 estudiantes (75%), alcanzó un nivel medio, sugiriendo un uso común y moderado en su vida diaria. 26 estudiantes (22,4%) demostrando un nivel alto y activo de esta herramienta.
2. El primer objetivo específico de la dimensión motivo de información en el uso de TikTok, 29 estudiantes (25%), alcanzaron un nivel bajo que no utiliza para obtener información. 67 estudiantes (57,8%), lograron un nivel medio, es decir uso moderado como fuente de información. 20 estudiantes (17,2%), alcanzaron un nivel alto, minoría que ve en TikTok una importante herramienta informativa.
3. Para el segundo objetivo específico con el motivo de identidad personal. 14 estudiantes (12,1%), alcanzaron un nivel bajo, con un enfoque limitado en el uso de identidad personal. 62 estudiantes (53,4%), mostraron un nivel medio, observándose una influencia moderada y 40 estudiantes (34,5%) con nivel alto, lo que indica que, TikTok juega un papel significativo en su identidad personal.
4. Para el tercer objetivo específico en relación con el motivo de integración e interacción social. De los 116 encuestados, 29 estudiantes (25%), alcanzaron un nivel bajo, es decir, la cuarta parte no utiliza TikTok para esta dimensión. La mitad de los participantes, 58 estudiantes (50%), lograron un nivel medio en el uso de esta herramienta y 29 estudiantes (25%) alcanzaron un nivel alto, revelando que, TikTok juega un papel importante en su vida social.
5. El cuarto objetivo específico muestra el motivo de entretenimiento. De los 116 participantes, 11 estudiantes (9,5%), alcanzaron un nivel bajo, es decir, una pequeña fracción no lo utiliza para el entretenimiento. 66 estudiantes (56,9%), alcanzaron un nivel medio, es decir un uso moderado para el entretenimiento. Finalmente, 39 estudiantes (33,6%), lograron un nivel alto, demostrando que, TikTok es una plataforma importante para el entretenimiento.

6. Respecto al quinto objetivo específico sobre el motivo de autoexpresión. Delos 116 participantes, 12 estudiantes (10,3%), alcanzaron un nivel bajo, una pequeña porción no utiliza para autoexpresarse. 81 estudiantes (69,8%), alcanzaron un nivel medio, usa TikTok de forma moderada. 23 estudiantes, (19,8%), lograron un nivel alto, una quinta parte, usa esta plataforma.

VII. RECOMENDACIONES

Dada la alta demanda y las diversas motivaciones de uso de TikTok entre los estudiantes, se sugiere que los directivos de los colegios apliquen un enfoque proactivo y estratégico para integrar esta plataforma en el entorno educativo.

Las autoridades educativas deben organizar reuniones y talleres con los padres de familia y estudiantes para identificar cómo esta plataforma puede ser una herramienta positiva en el ámbito educativo.

Desarrollen políticas y directrices sobre el uso de TikTok que aborden aspectos como la privacidad, la seguridad y el comportamiento en línea. Asegúrense de que tanto los estudiantes como los padres estén informados sobre estas normas y las implicaciones del uso de la plataforma.

Insertar la popularidad de TikTok para diseñar actividades educativas que capturen el interés de los estudiantes. Los docentes pueden planificar actividades atractivas que complementen el desarrollo de las sesiones de aprendizaje.

REFERENCIAS

Acurio Acurio, M. P., Villares Pazmiño, J. D., & Suarez Guamán, P. J. (2019). Uso de las redes sociales para actividades académicas colaborativas en la educación superior. *RECIMUNDO*, 3(3), 3-30.

[https://doi.org/10.26820/recimundo/3.\(3\).septiembre.2019.3-30](https://doi.org/10.26820/recimundo/3.(3).septiembre.2019.3-30)

Albitres, O. (2018). *Uso de las redes sociales en estudiantes de séptimo ciclo de la Institución Educativa 4018 Abraham Valdelomar*, Callao, 2017. [Tesis de grado, Universidad César Vallejo]

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/45781?show=full>

Arispe C., Yangali, J., Guerrero, M., Loayza O., Acuña, L. y Arellano C. (2020). *La investigación científica, una aproximación para los estudios de grado*. Editado Universidad Internacional de Ecuador.

Arcos, J. (2021). *Caso de estudio: entender al usuario de Tiktok: personalidad y comportamiento de consumo*. [Tesis de grado, Universidad de Valladolid, España].

<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/48099/TFG-N.%201538.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Azoulay, A. (2013, febrero 1). *Redes sociales: La UNESCO lidera un diálogo mundial para mejorar la fiabilidad de la información*.

<https://www.unesco.org/es/articles/redes-sociales-la-unesco-lidera-un-dialogo-mundial-para-mejorar-la-fiabilidad-de-la-informacion?hub=701>

Ballesteros Herencia, C. A. (2020). La propagación digital del coronavirus: Midiendo el engagement del entretenimiento en la red social emergente TikTok. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 171-185.

<https://doi.org/10.20318/recs.2020.5459>

Botías Rubio, D., Botías Pelegrín, M., y Alarcón Vera, I. (2018). El Papel de las Redes Sociales en Educación. In López-García, C., & Manso, J. (Eds.), *Transforming education for a changing world*. 335-342. Eindhoven, NL: Adaya Press.

<https://doi.org/10.58909/ad18887865>

Buzeta, C., De Pelsmacker, P., & Dens, N. (2020). Motivations to Use Different Social Media Types and Their Impact on Consumers' Online Brand-Related Activities (COBRAs). *Journal of Interactive Marketing*, 52(1), 79-98.

<https://doi.org/10.1016/j.intmar.2020.04.004>

Esparraga, Y. (2022). *TikTok para el desarrollo de la expresión oral en estudiantes de educación secundaria*. [Tesis de grado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]

<http://hdl.handle.net/20.500.12423/5227>

Gil-Fernández, R. & Calderón-Garrido, D. (2021). Implicaciones de la Teoría de Usos y Gratificaciones en las prácticas mediadas por redes sociales en el ámbito educativo. Una revisión sistemática de la literatura: Una revisión sistemática de la literatura. *Aloma, Revista De Psicología, Ciències De l'Educació I De l'Esport*, 39(2), 63-74.

<https://doi.org/10.51698/aloma.2021.39.2.63-74>

Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana Editores.

Huaman, K. y Ramírez, F. (2022). *El 'TikTok' como estrategia de comunicación didáctica universitaria*. [Tesis de grado, Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión].

<http://repositorio.undac.edu.pe/handle/undac/2404>

Instituto Nacional de Estadística e Informática, INEI (s/f). *El 91,3% de la población de 6 y más años de edad que usa internet accedió a través de un teléfono celular.*

<https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-913-de-la-poblacion-de-6-y-mas-anos-de-edad-que-usa-internet-accedio-a-traves-de-un-telefono-celular-14458/>

Irsyadusshahibul Fadhilah. (2024). Motives for Using TikTok Social Media Application Among Students of SMAN 3 Mataram After the Covid-19 Pandemic. *Didaktika: Jurnal Kependidikan*, 13(1), 707-716.

<https://doi.org/10.58230/27454312.417>

Islam, A. K. M., Whelan, E., & Brooks, S. (2018). Social media overload and fatigue: The moderating role of multitasking computer self-efficacy.

<https://aisel.aisnet.org/amcis2018/SocialComputing/Presentations/1>

Islam, A., Laatob, S., Talukderc, S. & Sutinen, E. (2020). Misinformation sharing and social media fatigue during COVID-19: An affordance and cognitive load perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, 159

<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120201>

Katz, E. (1959). Mass Communications Research and the Study of Popular Culture: An Editorial Note on a Possible Future for this Journal. *Departmental Papers*, 2, 1-6. 2013, De University of Pennsylvania Base de datos.

http://repository.upenn.edu/asc_papers/165

Luque, S. (2022). *TikTok: Una plataforma emergente para difundir contenido en torno a la promoción de la lectura.* [Tesis de grado, Pontificia Universidad Católica del Perú]

<http://hdl.handle.net/20.500.12404/24058>

Martínez, F. (2010). *La teoría de los usos y gratificaciones aplicada a las redes sociales*. En II Congreso Internacional Comunicación.

Mateus, J. C., León, L., & Vásquez-Cubas, D. (2023). Aplicaciones de la Teoría de Usos y Gratificaciones en la investigación en Comunicación: una revisión sistematizada. *Observatorio*, 17(3), 149-170.
<https://doi.org/10.15847/OBSOBS17320232327>

Morduchowicz, R. (2021). *Competencias y habilidades digitales*.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380113>

Muñoz, M., Fragueiro, M. y Ayuso, M. (2013). La importancia de las redes sociales en el ámbito educativo. *EA, Escuela abierta: revista de Investigación Educativa*, 16, 91-104
<https://dialnet.unirioja.es/metricas/documentos/ARTREV/4425349>

Nuzuli, A. K. (2022). Motives for Using TikTok in Uses and Gratification Theory Perspective: This article was retracted due to ethical misconduct, indicating double publication. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 16(1), 15–26.
<https://doi.org/10.24090/komunika.v16i1.4787>

Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J. y Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa – cualitativa y redacción de la tesis* (5.a ed.). Ediciones de la U.

Puello, Y. (2023). *TikTok y Facebook como herramientas facilitadoras para el fortalecimiento de la competencia argumentativa en los estudiantes de 8º de la Institución Educativa Vista Hermosa de Soledad, Atlántico*. [Tesis de grado, Universidad Autónoma de Bucaramanga, Colombia]
https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/19119/2.%20Tesis_Yenifer_Puello_Torres.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Saini, C. y Abraham, J. (2019). Modeling educational usage of social media in pre-service teacher education. *Journal of Computing in Higher Education*, 31(1), 21-55.

<https://doi.org/10.1007/s12528-018-9190-4>

Sánchez, J. (2013). *Aprendizaje Visible, Tecnología Invisible. Aprender nuevas tecnologías y sociedad del conocimiento*.

<https://sloukgisofia.blogspot.com/2013/05/aprendizaje-visible-tecnologia.html>

Sánchez Carlessi, H., Romero Reyes, C. y Mejía Sáenz, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Universidad Ricardo Palma.

Stamenković, I. & Mitrović, M. (2023). The motivation for using the social media platform TikTok from the perspective of the uses and gratifications theory. *Media Studies and Applied Ethics*. 4. 9-23.

<https://doi.org/10.46630/msae.2.2023.02>

Tejedor Calvo, S., Cervi, L., Robledo-Dioses, K., & Pulido Rodríguez, C. (2022). Desafíos del uso de TikTok como plataforma educativa: Una red multitemática donde el humor supera al debate. *Aula Abierta*, 51(2), 121–128.

<https://doi.org/10.17811/rifie.51.2.2022.121-128>

Triglia. A. (2015, mayo 30). *La Teoría del Aprendizaje Social de Albert Bandura*. *Psicología y Mente*.

<https://psicologiaymente.com/social/bandura-teoria-aprendizaje-cognitivo-social>

UNESCO (2023, julio 27). *La UNESCO hace un llamamiento urgente para un uso adecuado de la tecnología en la educación*.

<https://www.unesco.org/es/articles/la-unesco-hace-un-llamamiento-urgente-para-un-uso-adecuado-de-la-tecnologia-en-la-educacion>

Velasteguí López, E. (2019). Influencia de las Redes Sociales como herramienta de interacción en la educación. *Explorador Digital*, 2(1), 5-21.
<https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v2i1.323>

Yang, H. (2020). *Secondary-school students' perspectives of utilizing TikTok for English learning in and beyond the EFL classroom*. Proceedings of the 3rd International Conference on Education Technology and Social Science, 1, 162–183.
<https://clausiuspress.com/conferences/AETP/ETSS%202020/G7605.pdf>

Yélamos-Guerra, M. S., García-Gámez, M., & Moreno-Ortiz, A. J. (2022). The use of TikTok in higher education as a motivating source for students. *Porta Linguarum Revista Interuniversitaria De Didáctica De Las Lenguas Extranjeras*, 38, 83–98.
<https://doi.org/10.30827/portalin.vi38.21684>

Zabala Shigui, R. I., & Banda Casa, M. A. (2022). TikTok como herramienta educomunicacional en los estudiantes de bachillerato del cantón Latacunga. *Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional*, 7(2), 134-159.
<https://mail.polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/3577>

ANEXO 1

TABLA DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE

Variable de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Uso de la aplicación TikTok	TikTok es una plataforma que se alinea con las necesidades usuarios brindando espacios de pasatiempos y oportunidades para satisfacer diversas necesidades, desde la comunicación e interacción con otros hasta la información, el entretenimiento y la autoexpresión (Stamenković y Mitrović, 2023).	Sugerencia y toma de decisiones Interés Búsqueda de información Utilidad	Motivo de información	1, 2, 3, 4	Nunca 1 Casi nunca 2 A veces 3 Casi siempre 4 Siempre 5
		Autoexpresión, reconocimiento social, autopresentación, seguridad en uno mismo.	Motivo de identidad personal	5, 6, 7 y 8	
		El sentido de pertenencia Conexiones interpersonales mejoradas asociadas con el uso de los medios	Motivo de integración e interacción social	9, 10, 11 y 12	
		Escapar o ser desviado de problemas o rutinas; liberación o alivio emocional; relajación, disfrute cultural o estético; pasar el tiempo, divertirse y Jugar	Motivo de entretenimiento	13, 14, 15 y 16	
		Autoexpresión, reconocimiento social, autopresentación, seguridad en uno mismo.	Motivo de autoexpresión	17, 18, 19, 20, 21 Y 22	

ANEXO 2

AUTORIZACIÓN DEL DIRECTOR



EMBLEMÁTICA IE. 1103
"ELVIRA GARCÍA Y GARCÍA"

Disciplina, Excelencia e Identidad

RED. 14 - UGEL. 03

**"AÑO DEL BICENTENARIO, DE LA CONSOLIDACION DE NUESTRA INDEPENDENCIA,
Y DE LA CONMEMORACION DE LAS HEROICAS BATALLAS DE JUNIN Y AYACUCHO"**

CONSTANCIA

El que suscribe Mg. Raúl Huancaya Navarro, Director de la IE N° 1103 Elvira García y García

HACE CONSTAR QUE:

La docente Rosario del Pilar Salas Dávila, identificada con DNI N° 07596859 ha desarrollo el trabajo de académico "Uso de la aplicación TikTok en estudiantes de secundaria de una IE, Pueblo Libre - 2024" del Programa de Segunda Especialidad Entornos Virtuales del Aprendizaje de la Universidad César Vallejo.

Se expide el presente documento a solicitud de la interesada.

Pueblo Libre, 28 de junio de 2024




Mg. Raúl H. Huancaya Navarro
DIRECTOR



Av. Del Río N° 55-Pueblo Libre ☎ 4241152 - 4336343. ie_egg03@hotmail.com

ANEXO 3

Cuestionario sobre el uso del TikTok

Estimada estudiante, el presente cuestionario es anónimo y voluntario, es parte de un trabajo de investigación que busca información sobre el uso del TikTok. Se agradece tu valiosa colaboración que prestas a este estudio y esperamos llenes el documento con objetividad.

Instrucciones: Lee cuidadosamente, luego emite tu respuesta según tu experiencia de vivencia sobre el uso del TikTok. Elija solo una alternativa que se ajuste a tu respuesta de cada enunciado marcando con una "X" en la alternativa que le corresponda a la pregunta.

N°	ÍTEMS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	Uso TikTok para encontrar pautas y sugerencias prácticas cuando tengo que tomar una decisión.	1	2	3	4	5
2	Uso TikTok para satisfacer mis intereses, pasatiempo y/o curiosidad.	1	2	3	4	5
3	Después de ver un video educativo en TikTok me siento motivada para investigar más sobre el tema.	1	2	3	4	5
4	Uso TikTok porque utilizan métodos de enseñanza efectivos y atractivos.	1	2	3	4	5
5	Utilizo TikTok para descubrir cosas que puedan mejorar mis valores personales.	1	2	3	4	5
6	TikTok me ayuda a descubrir modelos de comportamiento en la vida cotidiana.	1	2	3	4	5
7	Utilizo TikTok para aumentar mi autoconocimiento y comprenderme mejor.	1	2	3	4	5
8	Uso TikTok porque me ha ayudado a desarrollar un sentido más fuerte de comunidad y pertenencia.	1	2	3	4	5
9	TikTok me permite conocer más sobre las actividades de otras personas.	1	2	3	4	5
10	TikTok me permite seguir pautas de conducta que la sociedad impone.	1	2	3	4	5
11	TikTok me ayuda a conectarme con familiares, amigos y la comunidad.	1	2	3	4	5
12	Participo en desafíos y tendencias de TikTok para contactarme con usuarios de intereses similares.	1	2	3	4	5
13	TikTok me ayuda a escapar de los problemas.	1	2	3	4	5
14	Utilizo TikTok para relajarme y regular mis emociones.	1	2	3	4	5
15	Utilizo TikTok para satisfacer mi necesidad estética (apreciar aquello bello en la vida).	1	2	3	4	5
16	Utilizo TikTok para ocupar mi tiempo libre.	1	2	3	4	5
17	Uso TikTok para expresar mi personalidad.	1	2	3	4	5
18	Utilizo TikTok para mostrar mis intereses, pasatiempos y talentos.	1	2	3	4	5
19	Mediante TikTok puedo dar a conocer mi estilo de vida.	1	2	3	4	5
20	Mediante TikTok puedo dar a conocer mis valores.	1	2	3	4	5
21	Mediante TikTok puedo dar a conocer mis opiniones.	1	2	3	4	5
22	Uso TikTok porque considero que es una herramienta valiosa para la autoexpresión y la creatividad.	1	2	3	4	5

ANEXO 4

PROCESAMIENTO DE DATOS PARA CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO

ESTUDIANTE	Motivo de información				Motivo de identidad personal				Integración e interacción social				Motivo de entretenimiento				Motivo de autoexpresión					
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
1	4	3	5	5	3	5	5	4	1	1	3	3	4	5	5	5	4	3	4	2	4	1
2	4	1	2	4	5	4	1	1	3	3	4	4	5	5	3	5	3	3	3	3	1	1
3	1	1	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	2	2	1	1
4	1	1	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	1	1
5	1	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3
6	3	2	3	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	3	3	2	4	2	4	2	3
7	3	3	4	4	4	1	1	4	1	1	3	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	3
8	2	1	5	3	5	5	5	5	1	4	4	5	4	4	4	4	2	2	4	4	4	3
9	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	3	4	3	2	3	2
10	2	1	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	1	1	4	2	4	2	2	1	4	2
11	4	2	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	3	3	3	3	5	5	5	4	3	4
12	4	1	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	3	5	3	3	1
13	5	4	2	4	4	4	3	3	3	3	5	4	4	5	5	5	3	4	4	3	4	3
14	2	1	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	4	4	4	3	1	2	1	4	3

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,789	22

ANEXO 5 BASE DE DATOS

	Motivo de información				Motivo de identidad personal				Motivo de afiliación a grupo				Motivo de estrecho nimiento				Motivo de autoconciencia					
	PREG 1	PREG 2	PREG 3	PREG 4	PREG 5	PREG 6	PREG 7	PREG 8	PREG 9	PREG 10	PREG 11	PREG 12	PREG 13	PREG 14	PREG 15	PREG 16	PREG 17	PREG 18	PREG 19	PREG 20	PREG 21	PREG 22
PART 1	2	3	5	2	3	5	5	3	1	4	1	1	1	3	5	3	2	2	2	5	3	3
PART 2	4	5	3	3	4	5	5	4	3	3	4	1	5	5	3	5	5	4	1	1	3	3
PART 3	3	5	3	3	4	3	4	2	4	5	5	1	2	4	5	4	1	1	3	3	4	4
PART 4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
PART 5	1	4	3	2	4	4	2	2	4	4	2	2	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4
PART 6	3	5	2	3	3	4	4	3	4	3	4	2	5	5	3	3	2	2	2	3	3	4
PART 7	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	5	1	3	4	5	4	4	4	3	4	4	3
PART 8	2	4	5	4	2	4	2	4	4	1	3	1	1	4	4	1	1	4	1	1	1	4
PART 9	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	2	1	5	3	5	3	5	5	1	4	4	3
PART 10	3	4	4	4	2	2	4	4	4	3	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
PART 11	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	2	1	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3
PART 12	2	4	2	2	4	4	2	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4
PART 13	3	5	5	4	5	5	5	4	3	4	4	1	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5
PART 14	2	5	4	4	5	3	5	3	3	1	5	4	2	4	4	4	3	3	3	3	5	4
PART 15	2	3	4	4	3	4	4	3	4	3	2	1	2	3	4	4	2	3	2	2	2	3
PART 16	4	5	5	4	3	4	5	5	5	3	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
PART 17	4	2	4	2	4	3	4	2	4	3	3	3	1	1	1	2	1	1	1	1	2	3
PART 18	1	1	3	4	2	2	3	2	5	5	5	5	5	5	3	5	2	5	1	1	4	4
PART 19	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3
PART 20	1	5	3	4	5	2	3	4	4	5	5	2	3	3	3	3	4	5	3	2	4	4
PART 21	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	4	4	1	4	3
PART 22	4	5	4	4	4	3	5	5	5	4	3	3	1	4	5	3	4	4	3	4	3	3
PART 23	2	5	5	3	5	5	5	3	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4
PART 24	5	5	3	3	4	5	3	4	5	4	5	1	5	5	4	5	4	2	2	3	4	4
PART 25	5	5	3	3	4	4	4	3	5	4	5	1	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4
PART 26	4	4	3	3	2	3	4	2	5	3	5	1	4	5	4	5	4	4	5	5	5	3
PART 27	3	3	4	3	4	3	3	4	5	3	3	3	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5
PART 28	3	5	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	4	5	5	5	3	4	5	4	4	5
PART 29	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5
PART 30	1	1	4	4	4	4	4	2	5	3	3	2	4	3	1	4	1	3	4	1	5	1
PART 31	1	1	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	4	3	4	3	3	2	3	2
PART 32	3	4	3	3	4	4	2	1	4	3	3	3	1	4	3	3	4	3	4	3	2	4
PART 33	3	4	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	4	4	2	2	4	3	3	3
PART 34	3	5	3	4	2	5	4	2	3	4	4	3	5	5	4	5	1	1	3	4	5	3
PART 35	4	5	2	4	4	2	4	2	4	3	3	4	5	5	3	4	4	5	4	4	4	5
PART 36	3	4	2	2	2	3	2	1	4	3	1	3	5	5	3	5	1	2	3	3	3	4
PART 37	3	4	1	2	2	3	2	1	4	3	4	1	4	5	3	5	3	3	4	3	3	4
PART 38	2	3	3	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	3
PART 39	4	4	5	2	4	5	5	4	4	3	1	2	3	5	5	4	4	3	3	3	3	4
PART 40	1	3	2	1	1	4	3	1	4	3	4	1	5	5	2	5	5	5	4	3	4	3
PART 41	3	4	2	3	4	3	4	3	4	4	3	1	3	4	4	4	2	2	2	2	2	2
PART 42	3	4	1	4	3	3	3	2	4	3	4	3	4	5	3	3	2	2	1	2	2	2
PART 43	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4
PART 44	1	3	1	2	2	2	1	1	3	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2
PART 45	4	5	4	3	5	4	4	4	5	4	5	1	4	5	5	4	5	3	4	4	4	4
PART 46	3	4	4	4	4	1	3	3	3	3	2	1	3	3	3	1	1	1	1	1	1	3
PART 47	1	3	1	1	1	3	1	3	5	1	3	1	5	5	4	5	5	4	1	3	3	4
PART 48	1	2	3	1	3	1	4	2	2	3	5	1	2	3	2	3	1	4	2	3	5	1
PART 49	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
PART 50	1	3	5	4	4	1	3	3	4	2	3	1	1	3	4	2	3	3	3	3	3	3
PART 51	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	2	1	4	5	5	5	5	5	2	3	4	5
PART 52	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	2	3	3	3	4	2	3	3	2	4	3
PART 53	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	2	1	4	4	5	4	1	1	1	1	4
PART 54	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3
PART 55	4	5	4	4	4	3	3	3	4	2	3	2	4	5	4	5	5	5	3	3	3	3
PART 56	3	5	4	2	2	4	3	4	5	5	5	4	4	5	3	5	3	5	3	5	4	4
PART 57	1	4	3	3	2	2	3	2	4	3	2	1	1	4	2	4	1	1	1	1	1	2
PART 58	1	4	4	4	2	3	3	2	4	4	4	1	2	4	2	4	2	3	2	2	2	3
PART 59	4	5	5	4	3	5	3	3	3	3	3	3	4	5	4	5	5	3	5	3	5	5
PART 60	2	4	4	3	4	3	3	2	4	3	2	2	2	3	2	4	2	3	2	2	3	4
PART 61	5	5	3	2	4	3	4	3	4	2	5	1	4	5	5	1	1	3	5	5	5	5
PART 62	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	2	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4
PART 63	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	4	5	5	4	4	5	4	4	4	3
PART 64	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	1	3	3	4	3	3	5	1	3	3	4
PART 65	3	4	3	3	3	3	2	2	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
PART 66	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5
PART 67	1	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	1	1	3	3	4	2	3	2	2	2	3
PART 68	2	2	3	2	3	2	1	3	3	1	4	4	3	4	3	3	2	1	3	3	2	3
PART 69	1	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	1	1	2	4	4	1	4	1	2	4	4
PART 70	2	4	5	4	2	2	2	2	4	2	4	2	2	4	2	4	2	4	2	2	4	4
PART 71	3	4	5	2	4	3	3	2	4	3	3	3	1	3	3	4	2	3	2	2	1	4
PART 72	2	4	4	2	2	5	2	5	4	4	5	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	5
PART 73	2	5	5	5	4	5	2	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4
PART 74	1	4	5	5	3	5	5	4	3	4	4	1	1	5	5	4	2	1	1	1	1	4
PART 75	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3
PART 76	1	4	3	2	3	3	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	3	2	2	3	3	2
PART 77	3	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4
PART 78	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
PART 79	3	5	4	4	4	3	3	3	4	4	2	1	1	2	2	4	2	2	3	2	2	3
PART 80	4	4	3	3	4	5	3	3	3	2	3	1	1	2	2	3	1	2	1	1	1	3
PART 81	2	4	3	2	3	2	2	2	3	2	2	1	2	4	1	2	1	1	1	1	1	1
PART 82	3	5	5	3	2	3	3	4	4	4	3	1	5	5	5	5	4	3	2	3	5	5
PART 83	3																					

ANEXO 6
FICHA TÉCNICA

Ficha técnica del instrumento

Nombre:	Motivación sobre el uso de la red social TikTok
Autores:	Stamenković y Mitrović (2023)
Administración:	Individual.
Duración:	30 minutos
Sujetos de aplicación:	Estudiantes 17 y 21 años.
Técnica:	Cuestionario
	Nunca 1
Puntuación y escala de calificación:	Casi nunca 2
	A veces 3
	Casi siempre 4
	Siempre 5

ANEXO 7

RESULTADO DE LA SIMILITUD DEL PROGRAMA TURNITIN

The screenshot displays the Turnitin Feedback Studio interface. The main document area shows the following text:

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
PROGRAMA DE SEGUNDA ESPECIALIDAD EN ENTORNOS VIRTUALES DEL APRENDIZAJE
TRABAJO ACADÉMICO PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE SEGUNDA ESPECIALIDAD EN ENTORNOS VIRTUALES

USO DE LA APLICACIÓN TIKTOK EN ESTUDIANTES DE SECUNDARIA DE UNA IE, PUEBLO LIBRE - 2024

AUTORA:
Salas Dávila, Rosario del Pilar (orcid.org/0009-0005-2650-1529)

ASESOR:
Mg. Martín Vergara, Joseph Santiago (orcid.org/0000-0001-9565-9913)

Línea de Investigación:
Didáctica y Evaluación de los Aprendizajes

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:
Apoyo a la reducción de brechas y carencias en la educación en todos sus niveles

TRUJILLO - PERÚ

On the right side, the 'Resumen de coincidencias' (Summary of Similarities) panel shows a total similarity score of 13%. Below this, a list of 11 sources is provided with their respective similarity percentages:

Rank	Source	Similarity
1	Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante	3 %
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2 %
3	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	1 %
4	Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante	1 %
5	es.alldeshare.net Fuente de Internet	<1 %
6	Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante	<1 %
7	Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante	<1 %
8	tecnocientifica.com.mx Fuente de Internet	<1 %
9	repositorio.ume.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
10	www.researchgate.net Fuente de Internet	<1 %
11	Entregado a Corporaci... Trabajo del estudiante	<1 %

At the bottom of the window, the taskbar shows the system tray with a temperature of 16°C, the location 'Parc. soleado', and the date '08-07-2024'.