



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA COMUNICACIÓN

**LA RED SOCIAL TIKTOK Y SU IMPACTO EN LA CREDIBILIDAD
INFORMATIVA PERCIBIDA POR LOS ADOLESCENTES EN EL
BARRIO EL PARAÍSO.**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

AUTORA:
GÓMEZ BARBERÁN SOFIA VANESSA

TUTORA:
DRA. PAOLA ELIZABETH CORTEZ CLAVIJO, MGTR

LA LIBERTAD – ECUADOR

2024

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL	2
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	4
DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTOS	6
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC.....	7
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	7
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.....	8
RESUMEN.....	9
INTRODUCCIÓN	11
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.1. Antecedentes del problema de investigación.....	14
1.2. Formulación del problema de investigación.....	18
1.2.1. Preguntas de investigación	18
1.3. Objetivos.....	18
1.3.1. Objetivo general.....	18
1.3.2. Objetivos específicos.....	18
1.4. Justificación de la investigación.....	19
1.5. Hipótesis o Idea a defender	19
1.6. Variables.....	20
1.6.1. Variable Independiente: Red social TikTok.....	20
1.6.2. Variable Dependiente: Credibilidad informativa.....	20
2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	20
2.1. Conocimiento actual.....	20
2.2. Fundamentación teórica y Conceptual.....	23
2.2.1. Uso de las redes sociales	23
2.2.2. Contenido consumido en TikTok.....	24
2.2.3. Contenido informativo	24
2.2.4. Interacción Social.....	25
2.2.5. Confiabilidad en la fuente.....	26
2.2.6. Consumo de Medios	27
2.2.7. Desinformación	28
2.2.8. Credibilidad en las redes sociales.....	29
2.2.9. Verificación de información.....	29

2.3. Marco Legal.....	30
3. MARCO METODOLÓGICO	31
3.1. Enfoque de investigación.....	31
3.2. Tipo de investigación.....	32
3.3. Diseño de investigación.....	32
3.4. Alcance de la investigación.....	33
3.5. Operacionalización de las variables.....	33
3.6. Población, muestra y periodo de estudio.....	36
3.7. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información.	37
3.7.1. Entrevistas semiestructuradas	38
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	38
5. DISCUSIÓN	53
6. CONCLUSIONES.....	55
7. RECOMENDACIONES.....	56
REFERENCIAS.....	57
ANEXOS	64

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Quien suscribe; **GOMEZ BARBERAN SOFIA VANESSA** con C.I. 2450435710, estudiante de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo título es: **La red social TikTok y su impacto en la credibilidad informativa percibida por los adolescentes en el barrio El paraíso**, corresponde exclusiva responsabilidad de la autora y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 22 noviembre, 2024.

Atentamente,



Gómez Barberán Sofia Vanessa
C.I. 2450435710

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios, por ser el inspirador para cada uno de mis pasos dados en mi convivir diario; también por haberme dado la vida y permitirme haber llegado a este momento tan importante de mi formación personal. A mis padres Tania y Eddie por ser la guía en el sendero de cada acto que realizo hoy, mañana y siempre; Por ser los dos pilares familiares más importantes para mí y por demostrándome siempre su cariño y apoyo incondicional. A mis hermanos Stalin y Marina, por el incentivo para seguir adelante con este objetivo. A mi Profesora la Licenciada Paola Elizabeth Cortez Clavijo, por entregarme sus conocimientos para realizar los propósitos que tengo en mente. A los docentes, quienes iluminaron mi camino hacia la sabiduría y rectitud.

Gómez Barberán Sofia Vanessa

AGRADECIMIENTOS

Un profundo agradecimiento a Dios, por orientarme en el camino adecuado de la vida, cada día en mi trayectoria e iluminando todo lo que hacemos de nuestro convivir cotidianamente.

A mis padres, por ser un modelo a seguir en el convivir cotidiano y por inculcar la importancia de seguir avanzando con valores que, de alguna manera, nos han sido útiles en la vida, gracias por ellos y por otras muchas cosas de más.

A mis hermanos, por apoyarnos en cada decisión que tomamos, y por mantener la unión constante y estar junto a mí lado en cada instante, hoy, mañana y eternamente.

A mi Profesora la Licenciada Paola Elizabeth Cortez Clavijo por tenernos paciencia y por guiarnos en cada paso de este proyecto.

A los Docentes de la Universidad Península Santa Elena, que impartieron sus conocimientos y experiencias en el transcurso de nuestra vida estudiantil y que me ayudaron de una u otra forma para hacer posible la realización de mi proyecto de investigación.

A los padres de familias del barrio, el Paraíso que nos apoyaron con la participación de sus adolescentes para realizar las prácticas e investigaciones que se llevaron a cabo diariamente durante el período de este plan y posibilitaron la realización de este proyecto en esa zona.

A mis amigos, amigas y a todas las personas que me incentivaron y me motivaron para seguir adelante con los objetivos de este propósito.

Gómez Barberán Sofia Vanessa



**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

La Libertad, 21 de noviembre del 2024

Lic. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.
Directora de la Carrera de Comunicación- UPSE

En su despacho. -

En calidad de tutor(a) asignado(a) por la carrera de Comunicación, informo a usted que el (la) estudiante **Gómez Barberán Sofia Vanessa** con cédula de identidad No **2450435710**, ha cumplido con los requisitos estipulados en el *Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE* y *Protocolos Vigentes de la carrera de Comunicación*, para la implementación y desarrollo del Trabajo de Titulación, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, de título **“La red social TikTok y su impacto en la credibilidad informativa percibida por los adolescentes en el barrio El paraíso.”**

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación referido anteriormente, bajo el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE vigente que cita:

“Art 11. Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo a la planificación aprobada por el Consejo de Facultad.”

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad de la autora, cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,

Dra. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, Mgtr
DOCENTE TUTORA

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



Lic. Lilian Susana Molina Benavides,
PhD.
**DIRECTORA DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**



Lcda. Vilma Maribel García González, Msc.
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Dra. Paola Elizabeth Cortez Clavijo,
Mgtr
**DOCENTE TUTOR(A) DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Lcdo. Gerzon Alfredo Cochea Pachana,
Mgtr.
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Sofia Vanessa Gómez Barberán
ESTUDIANTE

La red social TikTok y su impacto en la credibilidad informativa percibida por los adolescentes en el barrio, el Paraíso.

Gómez Barberán Sofia Vanessa

Código Orcid <https://orcid.org/0000-0002-2177-537X>

Universidad Estatal Península de Santa Elena -Carrera Comunicación

RESUMEN

El presente proyecto de investigación se titula “**La red social TikTok y su impacto en la credibilidad informativa percibida por los adolescentes en el barrio El Paraíso.**” El objetivo general: Determinar el impacto del uso de TikTok y su percepción de la información en adolescentes del barrio, el Paraíso. De esta manera, se utilizó la metodología del enfoque cualitativo, tomando en consideración las entrevistas semiestructuradas, como guía de preguntas, relacionado con el tema propuesto. Con una población 280 y una muestra de 8 adolescentes entre 14 y 17 años, con un muestreo no probabilístico intensional. Los resultados, se interpretó el uso de TikTok a modo que los jóvenes perciben como una plataforma adaptable que complementa tres funciones: entretenimiento, interacción e información. La discusión, se encontró cómo juzgan las noticias que obtienen, y cómo se muestran de manera auténtica, pero también falsa, lo que provoca la pérdida de confianza. Por lo tanto, recurren a otros recursos de información, como fuentes citadas. En conclusión, se analizó la confianza en TikTok, se puede verse afectada por la opinión de la gente, lo que puede confundir a los usuarios con demasiada información en los comentarios. Por eso, la gente confía más en las noticias de los medios tradicionales locales por creer en la autoridad de los reporteros. Sin embargo, se recomienda que los adolescentes ser capacitados para juzgar críticamente las fuentes de información, percibiendo que la cantidad de interacciones, no garantiza la veracidad del contenido, que permitirá desarrollar una visión más crítica y reflexiva.

Palabras claves: TikTok, entretenimiento, fuentes de información, credibilidad y desinformación.

THE TIKTOK SOCIAL NETWORK AND ITS IMPACT ON THE INFORMATION CREDIBILITY PERCEIVED BY ADOLESCENTS IN THE NEIGHBORHOOD EL PARAÍSO.

ABSTRACT

The present research project is entitled “The TikTok social network and its impact on the information credibility perceived by adolescents in the El Paraíso neighborhood.” The general objective: To determine the impact of the use of TikTok and their perception of information on adolescents from the El Paraíso neighborhood. In this way, the qualitative approach methodology was used, taking into consideration the semi-structured interviews, as a guide for questions, related to the proposed topic. With a population of 26 and a sample of 8 adolescents between 14 and 17 years old, with an intentional non-probabilistic sampling. The results, the use of TikTok was interpreted in such a way that young people perceive it as an adaptable platform that complements three functions: entertainment, interaction and information. The discussion found how they judge the news they obtain, and how they are shown in an authentic, but also false way, which causes loss of trust. Therefore, they resort to other information resources, such as cited sources. In conclusion, trust in TikTok was analyzed, it can be affected by people's opinion, which can confuse users with too much information in the comments. Therefore, people trust more in news from local traditional media because they believe in the authority of the reporters. However, it is recommended that teenagers be trained to critically judge information sources, realizing that the number of interactions does not guarantee the veracity of the content, which will allow them to develop a more critical and reflective vision.

Keywords: TikTok, entertainment, information source, credibility and misinformation.

INTRODUCCIÓN

TikTok es una red social que permite compartir vídeos de breve duración con efectos, edición, música o filtros. Estos videos, pueden extenderse de 15 a 60 segundos. Son vídeos cortos que resultan fáciles de visualizar, que cautivan al espectador. Es decir, un material que no estábamos habituados a encontrar en otras redes sociales. De esta manera, la mayor parte de los usuarios ha elegido un contenido con matices humorísticos, que muestra agrado a la audiencia por su interactividad.

En la comunidad, del barrio el Paraíso, los adolescentes perciben la credibilidad informativa como un ámbito de la confianza y la notoriedad del medio. Se han establecido como elementos esenciales por varios procedimientos, que permiten que los participantes, valoren la información entre ellos mismos, generando un sistema añadido de estimaciones que facilitan el parámetro posible de la calidad sobre la creencia. Sin embargo, la confianza depositada en una plataforma digital tiene un impacto significativo en la veracidad del consumidor y el peligro percibido al usar la red social que disminuye significativamente dicha confianza.

Los motivos de uso y las percepciones de la información vinculados a TikTok: Los jóvenes ven a TikTok como una plataforma adaptable que reúne tres funciones fundamentales: Entretener, comunicación social e información. A pesar, de que el entretenimiento es el principal motivo de uso, existe una percepción única de TikTok como una fuente de información ágil y fácil de acceder.

En TikTok, los jóvenes optan por el humor, debido a que es apropiado para animar, lo que aumenta su percepción de confianza. A pesar de que las noticias que se consideran relevantes, también tienen una mayor fiabilidad, así como los tutoriales que son beneficiosos para el aprendizaje. Es esencial, este punto de vista ilustra cómo los adolescentes valoran la información basándose en su importancia. Buscan contenidos que estén en sintonía con sus preferencias.

El análisis presenta, cinco niveles de interacción en la red social TikTok: se considera la "Interactividad", resaltando el enfoque engagement en torno a la pertinencia de la interacción social que los jóvenes, solo observan, el contenido de TikTok. De igual forma, también es posible responder con un likes y compartir video;

Por lo tanto, se nota una crítica hacia la autenticidad de los datos en TikTok, da prioridad a la comprobación de fuentes, antes de confiar en los contenidos. A pesar de apreciar las fuentes oficiales, admiten que no siempre resultan totalmente fiables, por lo que comparan y examinan diversas fuentes. Así, descubren que ciertas cuentas solo intentan desinformar, resaltando la notabilidad de identificar contradicciones en los argumentos.

Los factores esenciales, que asociada a la confianza de los datos obtenidos de TikTok comprenden la fuente corroborada, el número de interacciones (likes, comentarios), y las referencias dentro del contenido de los seguidores. No obstante, también hay son consciente que los videos pueden propagarse a nivel mundial sin importar su autenticidad, lo que incrementa un grado de desconfianza.

En realidad, es importante tener en cuenta que los jóvenes confían más en los medios tradicionales que en las redes sociales, debido a la gran falsedad que puede contener la información. A pesar de que si analizan ambas plataformas podría fortalecer sus convicciones, siempre y cuando, deba ser crítico y selectivo al percibir la información relevante.

El objetivo general de esta investigación, fue determinar el impacto del uso de TikTok y su percepción de la información en adolescentes del barrio, el Paraíso. Se percibió que buscan información de entretenimiento (Humor), estar informado (Noticias), tutoriales de una forma visual y dinámica porque les resulta entretenida. Para alcanzar este objetivo, se recolectó información mediante entrevistas y reuniones por vía zoom realizada a los adolescentes que utilizan la red social TikTok.

En el marco de la metodología se empleó en este estudio, fue cualitativo, proporcionando un enfoque más completo a los resultados. Se utilizó un diseño fenomenológico para el estudio. Tanto, la red social TikTok (primera variable independiente), como la credibilidad informativa (segunda variable dependiente), en su estado natural. La población del estudio consistió 280 adolescentes entre 14 y 17 años, en el barrio el Paraíso. En cuestión, se seleccionó una muestra representativa de 8 adolescentes que contribuyeron por medio de entrevistas presencial y reuniones por vía zoom.

En el ámbito de la investigación en la comunicación, la discusión y el análisis de resultados representan una fase decisiva para validar la hipótesis o la idea a defender y comprender fenómenos sociales para proponer avances prácticos. Este estudio se enfoca en un análisis detallado de los datos proporcionados por los sujetos, complementado con la perspectiva por los adolescentes que manejan la red social TikTok y su impacto en la credibilidad informativa.

La estructura de este trabajo se divide en cuatro capítulos fundamentales, cada uno apoyando de manera explicativa, el alcance íntegro del problema investigativo abordado:

El **capítulo I**, en este, se presenta una narrativa general de los antecedentes del problema de investigación, incluyendo la pregunta del problema y sus respectivas interrogantes de la investigación. Así mismo, el objetivo general y específicos. También la justificación del proyecto, y las definiciones de las variables.

El **capítulo II**, contiene los fundamentos necesarios para proporcionar una contextualización a la investigación, empezando de una categorización de búsqueda que parte de las definiciones previas del conocimiento actual y de este punto se da lugar a la demás fundamentación del marco teórico del presente proyecto.

El **capítulo III**, se encuentra el marco metodológico en donde se detallan las definiciones del tipo de investigación, el diseño, alcances, la matriz de operacionalización de las variables, población, muestra y periodo de estudio. Además, se incluyeron criterios de inclusión y exclusión. Por último, técnicas e instrumentos de levantamiento de información. Es decir, el conjunto de pasos que me llevara a definir y alcanzar la información.

En conjunto, al **capítulo IV**, en la cual forman un todo, coherente y estructurado, facilitando una guía detallada del proceso investigativo y sus resultados, así como aportes relevantes sobre el uso de TikTok y su percepción en la información en adolescentes. Además, esta investigación pretende contribuir al mejoramiento sobre la credibilidad de los medios, resaltando su importancia sobre el manejo de la red social y la confianza en la fuente de información.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes del problema de investigación.

En la comunidad, del barrio el Paraíso, situada en el Cantón, La Libertad de la provincia Santa Elena, surge la preocupación sobre el impacto en la credibilidad informativa percibida por los adolescentes que se sumergen en la red social TikTok, se ha polarizado en una cultura globalizada, centrándose en la desinformación, desconfianza en la información de los medios digitales y la cohesión social. Por lo tanto, los espectadores deben ser conscientes de estos efectos y trabajar para contrarrestarlos, incluida la exposición a diferentes perspectivas, el pensamiento crítico y la empatía por los demás.

Este problema se ha ido desarrollando en los últimos años, con esta tecnología que ocupa gran parte del tiempo libre de los usuarios, reconociendo una de las principales influencias de la red social TikTok, que es una plataforma de entretenimiento y diversión donde se puede descubrir, crear y comunicarse con otras personas de todo el mundo. Quienes observan los contenidos de esta plataforma digital son perjudicados en su vida diaria y su capacidad para influir en los pensamientos y acciones individuales. Además, las redes sociales han avanzado con aplicaciones y funciones diseñadas para controlar la información que compartimos y recibimos.

Se observa, que en la narrativa también ocasiona, una muestra importante en lo audiovisual para informar una historia que se desarrolla a través de múltiples medios con el propósito del destinatario, pueda tener una mejor experiencia del contenido en un medio y disfrutar de todos los componentes. Esto ha llevado a la introducción paulatina de nuevos medios digitales para animar a la audiencia a participar en la creación de historias, convirtiendo así, en consumidores y al mismo tiempo productores.

Para concluir, la razón que se puede asemejar en este tema, el acceso a internet muestra la tendencia de expansión continua de los medios digitales. Tanto, que el público se ve alterado por la información intrusiva. A ser difundida en los medios y la audiencia se ve fácilmente engañada por el contenido. Es decir, la perspectiva de la teoría de los medios, debido a lo decisivo que son los medios que pueden ser;

considerados como una herramienta de manipulación pública, si no juegan un papel, neutral en nuestra sociedad. Desde la misma, forma la credibilidad disminuirá y provocará desconfianza en los mensajes transmitidos por el medio de comunicación.

A continuación, se fundamenta con artículos científicos: internacional, nacional y local con el contexto de esta investigación de la red social TikTok y su credibilidad informativa.

Al nivel internacional según, Téllez et al. (2024) presenta en su desarrollo de estudio: **“La red social TikTok y su percepción de los adolescentes en México”**. Su objetivo fue analizar las percepciones de los adolescentes sobre el uso de la red social TikTok. Aplicando el diseño metodológico: Enfoque fenomenológico con investigación descriptiva y transversal. De la variable independiente red social TikTok, sus dimensiones: Tiempo predestinado al utilización e interacciones sociales. Por lo que, la variable dependiente es la percepción y su dimensión: Salud mental y desempeño académico. A través, de la población y muestra: Muestra intencional de 110 estudiantes de entre 14 y 15 años. Los resultados, son los adolescentes muestran una alta prevalencia en el uso de TikTok, principalmente como medio de entretenimiento y socialización. En conclusión: La exposición excesiva a contenidos superficiales y muy estimulantes puede afectar de manera negativa a la capacidad de los jóvenes para pensar críticamente, reflexionar sobre cuestiones complejas y desarrollar su identidad.

Sugiere, Beltrán y Ávila. (2024) En el estudio titulado: **“Las redes sociales: riesgos, control, credibilidad y confianza en la percepción de los adolescentes mexicanos”** se enfoca en explorar las opiniones de adolescentes y jóvenes en México sobre el uso de redes sociales, así como la credibilidad y la confianza en los contenidos que consumen. La metodología de investigación fue un enfoque cuantitativo, utilizando un diseño no experimental. Se identificaron dos variables principales: la primera, el uso de redes sociales, abarcando plataformas como Facebook, Twitter y WhatsApp; la segunda, la percepción de credibilidad y confianza, considerando dimensiones como confiabilidad, riesgo y control. La muestra del estudio consistió en 856 personas, de las cuales el 58% eran mujeres y el 40% hombres. Los resultados mostraron que la mayoría de edad, la percepción sobre la validez de la información en redes sociales se aumentaba. Se concluye, que los participantes;

manifestaron una percepción positiva en cuanto a la credibilidad de la información, aunque no confiaban plenamente en las fuentes de dicha investigación.

Al nivel nacional de la variable antes mencionada se presenta de la siguiente manera: Como, Pérez (2023) en su desarrollo en el artículo de investigación menciona: **“El fanatismo y el consumismo en TikTok: Una exploración a la presencia de una red social emergente en la sociedad de la actualidad”**. En su objetivo es reconocer el impacto del fanatismo y el consumismo en la conducta de los usuarios de TikTok. Diseño metodológico: Enfoque de método mixto, utilizando tanto metodología cuantitativa con datos descriptivos como análisis cualitativo. La primera variable: TikTok, sus dimensiones: redes sociales y el algoritmo de TikTok. La segunda variable, fanatismo y consumismo, sus dimensiones sobreexposición de información y TikTok como fuente inagotable de entretenimiento. Población y muestra: Muestra poblacional de 380 encuestados en un proyecto de investigación de cuarto nivel. Resultado significativo: El 60% de los encuestados considera el formato de video en TikTok como el contenido más atractivo, y las figuras populares tienen una fuerte influencia sobre el criterio de los usuarios más jóvenes. Conclusión: Aunque TikTok ha avanzado en aspectos como la comunicación, la diversidad cultural y las relaciones interpersonales, también muestra el lado oscuro de las redes sociales, reflejando los efectos del fanatismo y consumismo.

En este argumentó para, Anchundia (2020) En su desarrollo de estudio enseña: **“La credibilidad de los medios digitales ecuatorianos: Estudio aplicado a los estudiantes de la ULEAM”**. Objetivo: Analizar la credibilidad de los medios de comunicación digitales entre los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM). La primera variable, medio de comunicación digital, dimensiones: Medios de comunicación en internet, el periodismo digital ante el crecimiento de internautas, los riesgos del periodismo digital. La segunda variable, credibilidad, dimensiones: Importancia de la teoría de la credibilidad, la pérdida de la credibilidad, consecuencias de la pérdida de credibilidad. Población de 152 de la carrera de periodismo, con una muestra de 40 estudiantes de la (ULEAM). Los resultados: Se identificó que ciertos contenidos en los medios digitales ecuatorianos son manipulados, lo que refleja una mala práctica en la profesión periodística. En conclusión: La obtención de información de fuentes verídicas es esencial para los perceptores, por el

flujo de información en los medios digitales de lo constante que debe ser manejado con responsabilidad para mantener la credibilidad.

En el contexto nivel local de la (UPSE) en la península Santa Elena: Según, Morán (2022) Señala en el desarrollo de su estudio: **“Plataformas Transmediales: Una revisión de las nuevas narrativas del consumo audiovisual en la red social TikTok de los estudiantes de la carrera de comunicación”**. Objetivo: Analizar los hábitos de consumo del público juvenil de Santa Elena en la plataforma TikTok, enfocándose en los estudiantes de la carrera de comunicación de la Universidad Península de Santa Elena (UPSE). Diseño metodológico: Investigación mixta que combina datos cualitativos y cuantitativos, con enfoque descriptivo para determinar datos y características. Variable independiente: Plataformas transmediales de TikTok. Dimensiones: Infoentretenimiento, productos multimedia, interactividad. Variable dependiente: Consumo de nuevas narrativas y sus dimensiones: Consumo audiovisual, nuevas tecnologías, relato unitario. Población de 494 estudiantes, con una muestra de 217 estudiantes. Los Resultado son los alumnos de la carrera de comunicación reflexionan que el progreso de TikTok en la provincia de Santa Elena aún se localiza momento que son inexperto, destacando la necesidad de crear contenido de valor para captar la atención de los usuarios. Conclusión: no se puede afirmar con certeza qué hace viral una narrativa audiovisual, la creatividad, originalidad y el sentido humano son esenciales para generar la fidelidad de una comunidad en TikTok. Cada creador de contenido, con esfuerzo y tiempo, desarrolla su propia "receta del éxito" para permanecer en la mente de los consumidores.

La publicación de Vásquez (2022) Expresa en su procedimiento de la investigación: **“La inmediatez y la pérdida de credibilidad en los medios de comunicación multimedia del cantón La Libertad 2022”**. Objetivo: Analizar cómo la inmediatez afecta la pérdida de credibilidad de los medios multimedia del cantón La Libertad, tomando como referencia al medio ESTV Canal Informativo Peninsular en 2022. Diseño metodológico: Investigación mixta, básica, con diseño descriptivo-correlacional e inductivo. Variable independiente Inmediatez, dimensiones, Información, fuentes, TIC. Variables dependientes, pérdida de credibilidad, sus dimensiones, fake news, medios, comunicadores. Siempre parte de la población, se

aplicaron los criterios de inclusión y exclusión definiendo como muestra a las personas que interactúan en las páginas, teniendo un equivalente a una muestra de 144 personas que interactúan en las páginas de ESTV Canal Informativo Peninsular de los medios; más populares del cantón La Libertad. Resultado: La confianza del público depende de cómo reciben la información emitida, y la inmediatez puede afectar negativamente; La credibilidad debido a la sobreabundancia de contenido y la falta de tiempo para verificar los hechos. Conclusión: La inmediatez, aunque es una característica clave de los medios de comunicación modernos, genera conflictos al aumentar la cantidad de información sin el tiempo adecuado para verificarla, poniendo en riesgo la labor periodística y la confianza del público.

1.2. Formulación del problema de investigación.

- ¿Como impacta el uso de TikTok y su percepción de la información en adolescentes del barrio, el Paraíso?

1.2.1. Preguntas de investigación

- ¿Cómo los adolescentes perciben la veracidad de los contenidos informativos en TikTok?
- ¿Qué factores son asociados a la confianza en la información obtenida de TikTok?
- ¿Cuáles es la comparación de la credibilidad percibida entre TikTok y medios tradicionales en un contexto local?

1.3.Objetivos.

1.3.1. Objetivo general.

- Determinar el impacto del uso de TikTok y su percepción de la información en adolescentes del barrio, el Paraíso.

1.3.2. Objetivos específicos.

- Identificar cómo los adolescentes perciben la veracidad de los contenidos informativos en TikTok.
- Analizar los factores asociados a la confianza en la información obtenida de TikTok.
- Comparar la credibilidad percibida entre TikTok y medios tradicionales en un contexto local.

1.4. Justificación de la investigación.

La red social TikTok y la credibilidad informativa son pilares fundamentales en la comunicación, especialmente en el contexto de las redes sociales por la desinformación de contenidos falso y engañoso. En el caso de esta plataforma digital se presenta analizar el impacto en la percepción de credibilidad que genera lo adolescentes ante contenidos virales que produce al estar tan enfocado en esta aplicación.

Esta investigación es importante y necesaria porque permitirá, identificar fortalezas, debilidades en los emisores y receptores que percibe esta información. Los beneficiarios directos de este estudio serán los adolescentes, por lo que podrán aplicar los hallazgos y recomendaciones para esclarecer la calidad y credibilidad de los tipos de contenidos que se difunde en la red social TikTok. Además, esta investigación también se alinea con estudios internacionales, nacionales y locales, afirmando los resultados de esta investigación como un referente para mejorar sus propios procesos informativos.

La investigación es pertinente y relevante, por el uso de la red social TikTok están diseñada para que los usuarios puedan descubrir habilidades, crear contenido, considerando a la vez la innovación tecnológica en la cual la sociedad, se encuentra inmersa en estas aplicaciones de la plataforma digital.

1.5. Hipótesis o Idea a defender

La red social TikTok tiene un impacto importante en cómo los adolescentes perciben la credibilidad de la información, en funciones interactivas. De tal manera, que tienden a valorar más el contenido entretenido e informativo riguroso. Si embargo, sus capacidades para distinguir información confiable pueden variar, según su habilidades críticas y perspectiva lo que hace vulnerable a la desinformación.

1.6. Variables

1.6.1. Variable Independiente: Red social TikTok

Según, Román et al. (2023, p. 16) afirmar que: “TikTok es una red social muy popular que permite a los usuarios ver, crear y compartir vídeos cortos. Esto resulta que la red social abarca una gran variedad de contenido para una cultura de vitalidad y notoriedad. A tal manera, que la aplicación también tiene una serie de filtros y herramientas de edición que admiten a los usuarios mejorar su apariencia en los videos.”

En base a este contexto, TikTok es una aplicación con contenido cortos que permite a los usuarios compartir contenido que son fácil de utilizar, con diferente temática en los videos que se puede agregar en esta red social.

1.6.2. Variable Dependiente: Credibilidad informativa

Para, Guillermo et al. (2023, p. 162) expone que: “La credibilidad informativa está relacionada con la percepción que tienen las personas con la información que es precisa, objetiva y está basada en hechos verificables. Los factores que afectan la credibilidad de la información incluyen la exactitud de la fuente, la imparcialidad de la expresión y la reputación de los medios.”

En consecuencia, a esto, se está perdiendo la credibilidad por falta de verificación en las fuentes y la reputación de los medios estas disminuyendo por la percepción de cada persona que tiene su diferente punto de vista, sobre la confianza en la información que recibe.

2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. Conocimiento actual.

Dentro de este proyecto de investigación se consideró tesis, ensayo, articulo científico que hicieron constancia en las definiciones conceptuales con relación a la primera variable planteada con el objetivo de aportar rigurosidad y eficacia al presente estudio.

Según, Gómez et al. (2022, p. 30) Menciona que: “TikTok al momento de subir video, pueden ser visto por cualquier persona, por esta razón, la plataforma nos permite ver grabaciones de gente que seguimos y también explorar contenido nuevo de otros usuarios, usando hashtags que identifican temas y gustos.”

Esto destaca, que corresponde a una generación de verdaderos nativos digitales. Que suelen ser más selectivos en el uso de la tecnología que a partir de ella genera su propio contenido personalizado y entretenido.

De acuerdo con, García (2022, p. 16) Afirma que: “TikTok enfatiza por su amplia gama de contenidos de videos que muestra principalmente lo intereses personales y relevante. Al tal punto, que se convierte en tendencias. Sin embargó, en la mayoría de veces, el contenido no es nada interesante para el adolescente y será ignorado, pero el algoritmo de la aplicación continuará mostrando videos populares distinguidos hasta que se cree una forma de empatía hacia el usuario, donde se impacta en un momento que incide en la construcción de la identidad.”

En este contexto, el algoritmo puede influenciar, mucho en nuestra identidad personal por los tipos de contenido que son interesante en nuestra vida diaria. A tal punto que se vuelve viral, por lo relevante de los temas que aparecen en la aplicación de forma aleatoria.

Como señala, Martínez (2023, p. 23) En su estudio relata: “El impacto de TikTok en la sociedad actual, que abordar la información y percepción de la realidad de cada usuario. Por la propagación de información falsa que puede alterar la percepción del entorno. Con relación a la información engañosa que puede percibirse como verdadera debido a su rápida difusión viral y reduce la confianza en algunos usuarios que se encuentra en la plataforma.”

La lucha por la desinformación se propaga como si fuera verdadera, por contenidos falso que aparece en esta red social TikTok, que ocasiona consecuencia en la vida cotidiana y la toma de decisiones. Así mismo, afectando el conocimiento del usuario, difundiendo videos erróneos en los temas de historia o la cultura.

En el contexto, De Frutos et al. (2021, p. 53) Manifiesta en su investigación: “En realidad la confianza en los medios sociales disminuye para la audiencia, haciendo referencia que no se aplica la credibilidad informativa en la capacidad de interpretar la información con exactitud, veracidad, sincronidad. Además, en la actualidad, de la información está estrechamente relacionada con el desarrollo de habilidades reflexivas.”

Resaltando, que la credibilidad está siendo afectada por la presencia de información manipulada en las redes sociales, provocando que las noticias falsas se propaguen con facilidad y rapidez. Sin embargo, una variedad de usuarios admite, haberse encontrado con información no tan confiable, a través de personas desconocidas.

Así lo afirma, Goya (2022, p. 8) Expone en su artículo: “La confiabilidad como una cualidad objetiva que inspira la creencia en la autenticidad. Desde, este punto de vista, la fiabilidad de la información es un atributo decisivo para los medios de comunicación, los periodistas o las noticias. No obstante, la credibilidad está vinculada a los hechos, así que, si un individuo o fuente no ha participado en un suceso que ha divulgado, se presume que falsea o altera información, perderá un nivel de confianza más bajo.”

En este estudio se refiere, que la credibilidad tiene una calidad de entendimiento, para conseguir ser percibido por lo subjetivo, facilitado factores adicionales como la vitalidad o el atractivo de la fuente y la apariencia física que genera en el entorno visual pueden influir.

Para, Vásquez (2023, p. 15) En su estudio de investigación presenta: “La comunicación es una gran escala lógica, que se basa en la credibilidad y confianza. Es decir, la audiencia le otorga al público, la rapidez de la información difundida. En términos de esto, la época de la tecnología digital está provocando una reducción en la confianza en los medios de comunicación, a causa de los desafíos que estos representan para aquellos que manipulan al transmitir el mensaje, descuidando la neutralidad. Sin embargo, la ética, suele tener errores al momento que se visualiza por los jóvenes que están en contante crecimiento de estar informado.”

Esta distinción es relevante por la tecnología digital, ofreciendo la inmediatez de la información, pero sin antes revisarla pueden crear la manipulación del mensaje o la idea de algún acontecimiento específico que hacen tener una pérdida de confianza en las fuentes de información.

2.2. Fundamentación teórica y Conceptual.

2.2.1. Uso de las redes sociales

Rodrigo et al. (2021, p. 326) Enfatiza: “El uso creciente de las redes sociales en la vida de los adolescentes, ya que se ha convertido en un nuevo medio para interactuar con los demás. Es decir, hoy en día nacieron en la era digital y, por ende, conocen el internet con todas las posibilidades, para comunicarse, debido a que estuvieron rodeado con los dispositivos tecnológicos.”

En esta investigación, el uso contante de las redes sociales puede llevar consecuencias que provoca adicción y dependencia en los usuarios, dado que los jóvenes recurren a la tecnología en su hogar, escuela y otros sitios para interactuar de manera virtual, distanciándose del entorno.

Zoubair (2023, p. 338) El expreso, una de la característica del: “Uso de las redes sociales está asociadas con la utilización de diversos formatos de los medios. Por lo tanto, mejora la visibilidad de un sitio web en base a los motores de búsquedas. En cuestión de los avances tecnológicos han habilitados para mezclar diversos videos, elementos interactivos en plataforma digitales como animación, audios y gráficos. Para posibilitar la calidad de atraer a los usuarios mediante información atractiva e innovadora.”

Por este motivo, la utilización de estas herramientas posibilita, incrementar la circulación de contenido en las redes sociales, donde los lectores tiene la posibilidad de acceder a estas plataformas digitales. Por lo que, es un cambio muy fundamental para crear audiovisuales muy relevantes en el modo de producir, difundir y transmitir la información.

2.2.2. Contenido consumido en TikTok

Muñoz et al. (2024, p. 148) Señala en su artículo: “El contenido consumido en TikTok son representaciones audiovisuales en el ámbito en la creación y desarrollo de la comunicación a través de recursos: edición rápida, variedad de efectos y sonidos. La sencillez de sus contenidos representa uno de los mayores incentivos de la red para mantenerse en un escenario comunicativo, saturado en una sociedad; Demostrando que la plataforma ofrece información a una audiencia muy joven para satisfacer las necesidades comunicativas de los usuarios que buscan un contenido muy breve, moderno y entretenido.”

En este artículo, sugiere que se consume contenidos cortos en TikTok, así mismo se ha construido en un entorno digital. De tal manera, que la imagen de los influencers como un personaje para crear y compartir video. Con el único objetivo de formar comunidades en un tema concreto.

Según, Peña et al. (2022, p. 3) En el contexto de la característica: “De contenidos consumidos en TikTok, son un rasgo comunicativo relacionado con las oportunidades de incrementar la conexión e interés. A través de experiencias de consumo que toman en cuenta, tanto lo palpable como el tipo de contenido, la información, lo abstracto, la narración, ficción personal y la emoción. Debido a su política de cuentas públicas y a una interfaz de contenidos sencilla, vibrante e intuitiva.”

Al analizar esta investigación, propone la diversidad de tipos de contenido que se encuentra en TikTok, incluyendo incremento de usuarios por sus interés por temas de contenidos que abarca esta plataforma, para así crear nuevas experiencias a través de los conocimientos en los videos que percibe, el espectador.

2.2.3. Contenido informativo

Como lo sugiere, Del Pezo (2023, p. 14) En su investigación define: “El contenido informativo es indagación que incluyen para promover la identificación de una marca, producto o servicio. En el contexto periodístico, tienen la responsabilidad de gestionar una amplia gama de datos acerca de un suceso noticioso que ocurre en un lugar específico, con la finalidad de divulgar dicha información a la comunidad.”

La declaración dada tiene como función de informar a un público específico sobre algún tema de interés, que se encarga de administrar y comunicar de forma exacta y objetiva. Por una gran variedad de datos acerca de eventos noticiosos, contribuyendo a mantener al tanto a la comunidad.

Para, Delgado (2022, p. 10) Indica la característica: “Los contenidos informativos incluyen la veracidad. Es decir, un hecho que pueda ser corroborado; así como la claridad del contenido, para que cualquier individuo pueda entender el texto, la exactitud de la nota informativa; la sencillez del contenido, que demanda la utilización de párrafos breves con coherencia y calidad.”

Resalta la notabilidad de los contenidos informativos sean comprobables, comprensibles y exactos en enseñar que la autenticidad y la habilidad para confirmar los datos son esenciales, así como la claridad, para que cualquier individuo pueda percibir el mensaje.

2.2.4. Interacción Social

Según el autor mencionado, Guillén et al. (2021, p. 4) Explica en su investigación el concepto: “La interacción social sostiene que las personas tienen una representación dual. Durante interacciones de la personalidad que surge por la socialización. A través de la acción bilateral de los elementos objetivos y subjetivos. Además, las comunicaciones entre persona son interpretaciones en los comentarios de un contexto real.”

Esta definición enfatiza sobre la interacción social, proporciona la convivencia en un ambiente amigable entre dos o más personas, que se fundamenta en normas de los miembros de una sociedad que aceptan el reconocimiento y respeto hacia los ciudadanos.

Citando a Domínguez y López (2019, p. 77) En su estudio presenta la característica: “La interacción social en las redes sociales, produce que los individuos creen que, en su vida diaria, es estar conectado con el macrosistema al que pertenece la realidad y su entorno. Por estar asociado, a través del diálogo físico y digital con los demás. Sin embargo, lo cotidiano es un fenómeno que tiene lugar en un mundo intersubjetivo, donde la interpretación del sujeto, simplemente lo describe como no perteneciente al mundo privado.”

Esta contribución, se caracteriza cuando se dialoga en las redes sociales, al estar conversando sobre el desarrollo del entorno digital, donde los usuarios pueden simultáneamente interactuar activamente con otros y construir relaciones a través del internet.

2.2.5. Confiabilidad en la fuente

Como lo sugiere, Boos et al. (2020, p. 7) Menciona en su artículo “La confiabilidad en la fuente es crucial para una comunicación efectiva, por la predisposición de los individuos a recibir mensajes en las cuales, están vinculada con el nivel de confianza en la información y sus procedencias. De este modo, se considera confiable, la fuente de datos y las recomendaciones ofrecidas. Asegurándose que las reflexiones de la declaración son válida, honesta y objetiva, lo que genera confianza en la fuente de información.”

Establece que el usuario, considera la información, suministrada al momento que proviene de una fuente de gran fiabilidad que es percibida como valiosa. De este modo, aumentará la confianza desde un principio, que puede ayudar a comprender en quién confían, por las personas para conseguir en lo que se informan.

Considera, Guíñez et al. (2020, parr. 4) Una de la característica: “La confiabilidad hace referencia a la honestidad, integridad y fiabilidad, así como la moralidad de una fuente al proporcionar información objetiva. Aunque, hay seguidores, como los jóvenes que desconocen que la divulgación en las redes sociales es un acto de publicación. Pero se ha realizado investigaciones que indican que un influencer remunerado alcanza sugerir una marca en las redes sociales que obtiene menos tendencia a manifestar una opinión sincera sobre el producto y, por ende, ser parcial.”

Efectivamente, los jóvenes pueden experimentar sentimientos de engaño al desconocer la gran cantidad de información que se propaga en las redes sociales. No obstante, cuando las sugerencias de productos provienen de individuos con influencia, se perciben como genuinas y sinceras.

2.2.6. Consumo de Medios

Desde punto de vista, Barreno (2019, p. 15) Menciona en su estudio: “El consumo de medios se refiere a la utilización de varios medios de comunicación, tales como: En la televisión, la radio, los libros, el uso de teléfonos móviles, revistas, diversas redes sociales, internet, entre otros medios que nos facilitan la comunicación con individuos. Todos estos canales de comunicación ejercen un impacto en nuestras vidas, debido a su habilidad para transmitir o compartir una variedad de información.”

En la sociedad moderna, todo lo relacionado con el consumo de medios y los productos de contenido cultural en masa ha experimentado una significativa transformación, siendo parte de una práctica que abarca a muchos, más allá de la clase social, habilidades físicas, entre otros. Muchas de estas relaciones mediáticas contemporáneas se estructuran a través de medios de comunicación y varias tecnologías, especialmente en lo que respecta a medios masivos.

Como afirma, Soengas et al (2019, p. 1065) Enfatiza en la característica que: “Hoy en día, hay nuevas formas de obtener información que se dividen en diferentes partes y se dirigen a audiencias más especializadas, que son cada vez más exigentes y críticas. En este contexto, los estudiantes deben ser vistos como parte de un público con nuevas necesidades que no están satisfechas por los contenidos de los medios de comunicación tradicionales o digitales. Esto se debe a que los medios no han sabido adaptarse para competir con las redes sociales ni aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece la tecnología.”

Destacando el Internet y a las redes sociales, los jóvenes ahora tienen una manera diferente de socializar y organizar su tiempo. Esto afecta la forma en que acceden a información y consumen contenidos. Aunque cada individuo, posee unas necesidades, ya sean presentes o futuras, y unas preferencias.

2.2.7. Desinformación

Para, Rodríguez (2019, p. 12) Relata que: “La desinformación, se refiere a la gestión y propagación de información incorrecta, malintencionada o debido a la falta de conocimiento en el uso de las herramientas tecnológicas apropiadas, así como los diversos sitios web o plataformas de confianza. Además, en términos sociales, se describe a la presencia y difusión de contenidos informativos artificiales, también denominados como noticias falsas, tales como contenido engañoso y discursos de odio, falsos deliberados a fallos informativos no intencionados de medios o periodistas, todos estos tipos de noticias malintencionadas suelen ser publicadas y dispersas a gran escala en nuestro país.”

De esta manera, resulta esencial abordar el asunto de la desinformación como un fenómeno social e investigar las dificultades que esta genera que impacta en todos los elementos sociales.

De acuerdo con, Estrada et al (2020, p. 98) “La desinformación posee tres elementos característicos: el primero, la desinformación es información, concretamente un tipo de información que se basa en el análisis del contenido semántico o el análisis representacional que se aplique, la información puede ser falsa pero también verdadera (en ambas situaciones se trata de información). La segunda, la desinformación se refiere a información engañosa o desorientadora, es aquella que posiblemente promueve creencias falsas, causa daño y es peligrosa; perjudica la calidad de la información. En último momento, la desinformación es información que no es accidentalmente engañosa, es deliberada, se extiende entre las técnicas más perjudiciales como los errores honestos hasta la sátira discreta, con el objetivo único de engañar y se propagan en los medios.”

En el análisis de este estudio la desinformación es decir mentiras con un propósito de buscar para engañar y hacer creer que algo falso es verdadero. Es un grupo de mentiras organizadas que se propagan en un entorno con muchos medios de comunicación.

2.2.8. Credibilidad en las redes sociales

Como dice, Rodríguez (2023, p. 9) Describe según “La teoría de la credibilidad, es un constructo multidimensional que se distingue por la percepción de confianza, honestidad y competencia de una fuente de información. La credibilidad tiene tres espacios que se caracteriza y se ven afectadas por elementos situacionales y personales, tales como el entorno y la experiencia anterior del receptor de creer en la información, así como el contexto. Además, la misma teoría propone que los factores de credibilidad pueden influir en las dimensiones de credibilidad. Aunque puede variar en su función del argumento y del asunto particular de la información.”

Se destaca la calidad de la percepción subjetiva en la evaluación de la credibilidad de una fuente de información, que se ve afectado elementos y factores de situaciones personales que la compone.

2.2.9. Verificación de información

De acuerdo con ellos, Vélez y León (2021, p. 197) Mencionan sobre la definición de la Verificación de información que: “Estas organizaciones de páginas web nacieron para comprobar si los contenidos difundidos por los medios son verdaderos o falsos, e incluso hay portales creados para ello que no sólo los clasifican, sino que también los etiquetan con otras, como insostenible.”

En este estudio, la verificación se refiere a un proceso importante en el que los periodistas confirman la exactitud y autenticidad de la información antes de publicarla. Para que la información presentada en las noticias sea confiable y esté verificada, los periodistas se aseguran de que su trabajo se base en la realidad y no promueva la difusión de información engañosa o falsa.

Citando a Gallardo y Lazo (2020, p. 5) Han surgido una de la característica del medio de comunicación digitales locales con temas de verificación de datos: “Es decir, la esencia de los medios de comunicación se basa en el esclarecimiento más puro del periodismo: intentar contar los hechos de la forma más objetiva posible. Puede parecer redundante que un comunicador o reportero sea periodista, pero los medios son conscientes de que no sólo tienen que informar de los hechos, sino que ahora tienen que desmentir los bulos que circulan por ahí.”

El análisis se caracteriza la verificación de los hechos, involucra el uso de tecnologías y recursos digitales para verificar contenidos del individuo. También incluye la detección de errores y noticias falsas en los medios. Aunque, siempre puede recurrir a páginas de web que compruebe el contexto de lo que se difunde en los medios digitales.

2.3. Marco Legal

Art. 18. “Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas.” (Constitución de la República del Ecuador, 2008, p. 14).

Art.59. “Derecho a la libertad de expresión. Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a expresarse libremente, a buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo, oralmente, por escrito o cualquier otro medio que elijan, con las únicas restricciones que impongan la ley, el orden público, la salud o la moral públicas para proteger la seguridad, derechos y libertades fundamentales de los demás.” (Código de la Niñez y Adolescencia , 2003, p. 6).

Art. 5. “Medios de comunicación social. - Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción. Cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.” (Ley Orgánica de Comunicación, 2013, p. 4).

Art. 8. “Consentimiento. -Se podrán tratar y comunicar datos personales cuando se cuente con la manifestación de la voluntad del titular para hacerlo. El consentimiento será válido, cuando la manifestación de la voluntad sea: Libre, es decir, cuando se encuentre exenta de vicios del consentimiento; Específica, en cuanto a la determinación concreta de los medios y fines del tratamiento; Informada, de modo que cumpla con el principio de transparencia.” (Ley Orgánica de Protección de datos Personales, 2021, p. 8).

Art. 17. “Los Estados Partes reconocen la importante función que desempeñan los medios de comunicación y velarán por que el niño tenga acceso a información y material procedentes de diversas fuentes nacionales e internacionales, en especial la información y el material que tengan por finalidad promover su bienestar social, espiritual y moral y su salud física y mental.” (Convención sobre los Derechos del Niño, 1989, p. 15).

Art. 10. “Protección de derechos de propiedad intelectual de contenidos comunicacionales. La propiedad intelectual y los derechos patrimoniales de los contenidos comunicacionales audiovisuales e impresos que se difunden a través de los medios de comunicación y los medios en internet, le pertenecen a la persona natural o jurídica que tenga la responsabilidad legal en la producción y comercialización de tales contenidos. La propiedad intelectual, los derechos patrimoniales y la explotación comercial de los contenidos comunicacionales audiovisuales e impresos se realizarán con las mismas reglas que establece la Ley de Propiedad Intelectual para la creación intelectual destinada a fines comerciales.” (Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación, 2014, p. 3).

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de investigación.

“Es un enfoque cualitativo de observación, descripción, explorar, comprender las experiencias y formas de pensar. Esto permite que el estudio sea flexible antes posibilidades futuras, lo que no haría aplicable los supuestos de la hipótesis. Esta visión de la realidad surge de un paradigma interpretativo que intenta profundizar la investigación, para planificar un modelo abierto, nuevas globalización y contextualización.” (Rojas, 2022, p. 85).

En esta investigación, el enfoque cualitativo será fundamental para adentrarse en el contexto de los participantes, comprender sus experiencias y explorar cómo perciben la credibilidad informativa en la red social TikTok. Este enfoque permitirá interpretar las vivencias de los adolescentes desde su perspectiva, capturando los significados subjetivos que asignan a su interacción con el contenido informativo en esta plataforma. El propósito es analizar la realidad social de manera profunda y contextualizada, favoreciendo una comprensión integral del fenómeno a partir de la interacción directa con los participantes y la interpretación detallada de sus relatos.

3.2. Tipo de investigación.

“En este tipo de investigación es estudio de campo que se realiza en el entorno donde ocurren los fenómenos de interés para estudiarlos en su contexto real. Es decir, que se recolectará directamente datos de las personas que aporten al estudio de la investigación.” (Haro et al., 2024, p. 8).

En este estudio nos ayudará conseguir datos detallados de la realidad, que claramente son expresados por el testimonio de los sujetos, para comprender situaciones o fenómenos sociales, en las cuales, se recopilará información útil. Además, se recopilan datos para obtener percepciones sobre la información en TikTok. Por lo que, el lugar donde se da el fenómeno que se estudia, se realiza la interacción y la aplicación de instrumentos y recolección de la indagación como entrevista en el estudio planteado.

3.3. Diseño de investigación.

“El diseño de este estudio es fenomenológico, ya que busca explorar las experiencias vividas de las personas. Este diseño permite comprender cómo perciben y evalúan la información, así como los significados que otorgan a estas experiencias en su contexto cotidiano, la fenomenología facilita la exploración de la esencia de las percepciones y las interpretaciones que los individuos construyen a partir de sus vivencias.” (Fuster, 2019, p. 205).

A través de entrevistas en profundidad, este enfoque busca desentrañar los significados subjetivos asociados a la confianza en la información obtenida de TikTok, permitiendo construir un panorama integral del fenómeno. Por lo tanto, el estudio pretende describir y entender el fenómeno desde el punto de vista de cada sujeto.

3.4. Alcance de la investigación.

“El alcance descriptivo se ocupa de comprender las características de un fenómeno y tratar de demostrar su presencia en una población determinada.” (Ramos, 2020, p. 2).

En este contexto del alcance descriptivo permite detallar las propiedades, perfiles y dinámicas de individuos, colectivos, comunidades, procesos u otros fenómenos en estudio. Además, resulta útil para ilustrar con precisión las dimensiones, el contexto y las particularidades del fenómeno, proporcionando una visión clara y ordenada de sus características esenciales.

3.5. Operacionalización de las variables

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnica de levantamiento o de información
Variable 1: La red social TikTok	Moreno y Blanco (2024, p. 3) Señala en su investigación sobre: “La red social TikTok en el entorno mundial, que los usuarios son conquistados por su interactividad y creatividad, dedicando su tiempo a ella para entretenerse, informarse e incluso formarse. El	Uso de las redes sociales. Contenido Consumido en TikTok. Contenido informativo. Interacción social.	Uso de TikTok. Preferencia de videos. Interactividad .	¿Utilizas TikTok principalmente para entretenimiento, estar informado(a), o interactuar con amigos? ¿Puedes explicar por qué? ¿Prefieres videos de humor, noticias, desafíos, tutoriales u otro tipo? ¿Por qué? ¿De qué formas interactúas con otros	Entrevista semi-estructurada Guía de pregunta

	<p>individuo tiene la opción de hallar diversidad de contenido, tanto de conocidos como de desconocidos, no basándose únicamente en las tendencias anteriores, también brindando a todos los generadores de contenido las mismas posibilidades de volverse virales con un vídeo específico.”</p>			<p>usuarios en TikTok? -“Solo miro” -“No interactúo” -Crear contenido. - Comentarios. - Reaccionas con un me gusta. -Comparte videos con otros usuarios. -Solo mirar sin interactuar</p>	
--	--	--	--	---	--

<p>Variable 2: Credibilidad informativa</p>	<p>Castillo y Quezada (2019, p. 91) analiza “La credibilidad es el impacto desde la repercusión de los mensajes hasta la apreciación de la fiabilidad de los medios de comunicación para determinar los elementos que posibilitan valorar la confiabilidad de un medio y entre estos sobresalen la experiencia, objetividad, dinamismo, equidad, falta de sesgo, integridad y precisión, así como la confiabilidad y reputación.”</p>	<p>Confiabilidad en la fuente.</p> <p>Credibilidad en redes sociales. Verificación de información.</p> <p>Consumo de medios.</p> <p>Desinformación.</p>	<p>Confianza en información.</p> <p>Videos en Tendencias.</p> <p>Opinión sobre la noticia.</p>	<p>¿Qué te hace confiar en que la información es verdadera? ¿Qué te haría pensar que es falsa?</p> <p>¿Qué te hace creer que un video en tendencia es verdadero: las fuentes citadas, los comentarios de los usuarios, ¿la cantidad de likes o algo más?</p> <p>Si ves la misma noticia en TikTok y en la televisión, ¿Cambia tu percepción de su veracidad? ¿Cómo te afecta esta coincidencia?</p>	
--	---	---	--	---	--

3.6. Población, muestra y periodo de estudio.

“La población es un campo de investigación para referirse a la totalidad de personas, eventos o elementos que comparten características comunes para fines de la investigación.” (Vizcaíno et al., 2023, p. 9747).

En este contexto, la población es un aproximado de 280 adolescentes entre 14 y 17 años, del barrio el Paraíso. En cuestión, a este número se determinó con base a las referencias proporcionado por las presidentas Malavé González Mariela del barrio el Paraíso, quien confirmo esta cifra en general. Para así, sacar una muestra representativa bajo los criterios de inclusión y exclusión. Así mismos, que reúnan las particularidades que la investigadora requiere para analizar el tema planteado.

Muestra:

“En esta definición el muestreo no probabilístico es recolectar una muestra sin que toda la población tengan las mismas posibilidades de ser elegidos; esto sucede a menudo. En este contexto, resulta vital tener en cuenta que la muestra obtenida no es representativa y se selecciona basándose en ciertos criterios de muestreo intensional. Esto implica seleccionar a los participantes de un estudio de manera consciente, teniendo en cuenta las características de la población y los objetivos de este estudio.” (Cortés et al., 2023, p. 15).

En este sentido, no es posible, abarca toda la población, por lo que se eligió una muestra representativa de 8 adolescentes, puesto que se ha reducido la cantidad de la población para que no se repita los mismos temas, también se realizó la entrevista semiestructurada para así hacerla más exhaustivas y detalladas, lo que facilita la obtención de datos valiosos sobre las percepciones de los jóvenes mediante un muestreo no probabilístico de tipo intensional. Es decir, se seleccionó las características de las personas con una muestra según las normas del investigador. En cuestión, a ciertos criterios de inclusión y exclusión, con el objetivo de reducir la comunidad con la muestra escogida para este estudio.

Periodo de estudio:

El periodo de estudio es una fase determinada de la investigación donde se recopilará información para analizar un fenómeno, evento o situación. Es así como se

selecciona un lapso o una muestra específica para examinar y poder obtener datos relevantes para el estudio en cuestión.

En esta indagación se va a llevar a cabo un análisis exhaustivo de la información presentada por la red social TikTok y su impacto en la credibilidad informativa durante un periodo de estudio, la cual abarca desde 20 de agosto hasta 25 de noviembre de 2024.

Durante este proceso de observación, se presentará especial atención a los contenidos de información de la red social TikTok que perciben por los adolescentes, y es importante realizar un análisis en su impacto en la credibilidad informativa de este medio para poder comprender como este fenómeno afecta a la población.

Criterios de inclusión y exclusión:

Se emplearon los criterios de inclusión y exclusión.

Inclusión: Uno de los requisitos principales es que utilice la red social TikTok, que la cuenta, esté activa y que tenga seguidores. Adicionalmente, se elaborará un documento de consentimiento informado para los padres, que estuvieron de acuerdo, con el objetivo de que autoricen con su firma a los adolescentes a involucrarse en la investigación. Asimismo, dispone de tiempo para participar en este estudio. Por lo tanto, se seleccionó 8 adolescentes que es adecuada para el propósito de este estudio con un enfoque cualitativo, y una muestra reducida es apropiada cuando los participantes tienen experiencias similares que pueden ser examinadas en profundidad.

Exclusión: En esta investigación, no se consideró a toda la población aproximado de 280 adolescentes. Porque, al momento de realizar múltiples entrevistas, es posible que las respuestas y los temas se repitan, lo que indica que se ha alcanzado la saturación de la información. Por lo tanto, la calidad de los datos recopilados es más relevante que la cantidad, también por su ausencia de uso de TikTok o porque los padres de familia están en desacuerdo en poner su firma en el documento del consentimiento informado, para que, sus hijos no se involucren en este estudio. No disponía del tiempo adecuado para participar en la investigación.

3.7. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información.

En el presente estudio se empleó el método de entrevistas como principal técnica para el levantamiento de información. Validada por el juez experto para llevar;

a cabo las entrevistas que se realizó de manera presencial en los domicilios de los participantes y, en algunos casos, de forma online, dependiendo de la disponibilidad y conveniencia de los sujetos.

Para conducir las entrevistas, se utilizó una ficha estructurada con preguntas diseñadas específicamente para explorar las experiencias de los participantes con la red social TikTok. Las preguntas se formularon de manera abierta, con el propósito de capturar las percepciones, opiniones y vivencias de los entrevistados relacionadas con la credibilidad de la información en esta plataforma. Este enfoque permitió recolectar datos detallados y profundos, esenciales para comprender el impacto de TikTok y su percepción informativa de los adolescentes.

3.7.1. Entrevistas semiestructuradas

“La entrevista semi-estructurada recopila información de los participantes mediante un conjunto de preguntas de tipo abierto. Para saturar la información, o sea, para obtener suficiente información para comprender el campo de interés.” (Tejero , 2021, p. 68).

En este estudio se realizará una guía de preguntas previamente establecidas en un orden concreto. Por lo tanto, corresponden profundizar cada respuesta para conseguir la información de cada persona entrevistada, según la muestra reducida.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este estudio, se utilizó una guía de preguntas semiestructurada, diseñada específicamente para adolescentes, con el objetivo determinar el impacto de la red social TikTok y su percepción en la credibilidad informativa. Esta herramienta permitió recolectar datos sobre cómo los participantes perciben la información en la plataforma.

En este apartado se analizaron 6 categorías principales, cada una compuesta por diversas subcategorías que ayudaron a profundizar en aspectos específicos del fenómeno estudiado. A continuación, se presenta una tabla que sintetiza y organiza los resultados, proporcionando un análisis detallado y estructurado de las respuestas obtenidas, así como las interpretaciones derivadas de cada categoría y subcategoría.

MATRIZ DE RELACIÓN ENTRE CATEGORÍA DE ANALISIS

Tabla 1 Cuadro de Entrevista

CATEGORÍA	Subcategoría	Palabras claves	Sujeto 1	Sujeto 2	Sujeto 3	Sujeto 4	Sujeto 5	Sujeto 6	Sujeto 7	Sujeto 8
Uso de TikTok	Tiempo en TikTok. Plataforma versátil.	Interactuar. Entretimiento. Información. Videos cortos. Información y Noticias.	Utilizo para las tres cosas: interactuar para hablar normalmente por mensaje, también ver cierta información y el entretenimiento para observar	Lo uso solo para entretenimiento, la red social TikTok, por el momento es la única red que ha llamado la atención de los jóvenes y, por ende, los videos son más cortos, a comparación de otras redes, que facilita	Interactúo con amigos porque es una plataforma versátil, en términos de una buena interacción práctica y también hay una racha que te hace ver los días cuando	Para estar informado, porque me gusta ver como las personas comparten cosas interesantes, sin la necesidad de leer textos extensos. Es decir, en ocasiones las personas	Entretimiento porque me distraen por los videos cortos, de temas que me interesan o la variedad de diferentes videos, que te hacen entretenerte, para quedarte más	Entretimiento porque paso aburrido e informado porque los horarios sobre los cortes de luz, por aquí en mi sector por eso me sirve para estar informado.	Más para entretenimiento, para despejarme del día, pero a veces estar informado de un videojuego o noticia del país.	Lo uso normalmente para entretenimiento como forma de distracción para darme un descanso de la realidad, y lo que estoy viendo porque los videos son cortitos entonces

			r cuando estas aburrido, te pones a ver TikTok.	adquirir, un poco más de información.	práctica con esa persona.	detallan, asuntos actuales o elaboran síntesis noticias de manera rápida y sencilla de comprender.	tiempo en TikTok.			no me quita mucho tiempo.
Preferencia de videos	Contenido variado. Entretenerse.	Noticia. Humor. Tutoriales. Crear ideas.	No tengo un solo gusto, en realidad soy diversos, a varias cosas, como para pasar el rato	Prefiero la noticia, para enterarme de lo que está tratando de influir en las demás personas que le están haciendo creer a las	Un poco de todo, porque para estar informado y así no tanto, aunque también de cosas importantes y el humor es para es	Prefiero ver otro tipo de videos, como la gente se comporta o temas que se inventa las personas, pero también	Humor porque es para pasar el tiempo y los tutoriales es para saber, la guía de como se hace, lo que a mí me	Humor porque eso me quita, el aburrimiento.	Mas que nada, humor para entretenerme para huir de la realidad. A veces para crear cosas.	En realidad, los tutoriales me llegan a entretener, más que las otras categorías. Me llama la atención, el hecho

			prácticamente entretenimiento, pero de vez en cuando que te salga una noticia de información se te queda en la cabeza.	personas. También las búsquedas de información de contenido variado.	para mantenerme entretenido y no aburrirme con una sola cosa.	como crean ideas y conceptos sobre las ciencias.	gustaría crear.			de como hacen las cosas, como pueden mostrar los procesos de objetos, que no sabía antes, de cómo se realizaba.
Interactividad	Engagement.	“Solo miro” Reaccionar con un me gusta. Comparto videos con otros usuarios.	Reaccionó con un me gusta. Comparto videos con otros	Solo mirar sin interactuar.	“Solo miro” Crear contenido. Reaccionó con un me gusta.	Comentarios. Reaccionó con un me gusta.	“Solo miro” Reaccionó con un me gusta. Comparto videos con otros usuarios.	Solo mirar sin interactuar.	“Solo miro” Reaccionó con un me gusta. Comparto videos con otros usuarios.	Comentarios. Reacciones con un me gusta.

			usuarios.							
Confianza en la información	Verificación de fuente.	Verdadero Fuentes oficiales Información falsa Comprender la realidad Fuente no confiable Cuenta creada para desinformar	Si verifico, primero la información, el usuario, y sí que realmente está pasando, porque cualquiera te puede decir, lo que está sucediendo, pero si tu no lo ves, no	Se necesita, saber investigar las fuentes, no solamente quedarse con lo que vendría a informar sus titok, porque así se llamaría las personas que usa redes informando, supuestamente, pero se	Siendo sincero, hay mucha información falsa porque a veces sale de una fuente no tan confiable, las cuales tiene que ver con otro aspecto, pero si la noticia es verdadera tendría que	Es verdadera si mucha gente lo cree que es verdadero, pero no creo que alguien vaya a TikTok a informarse, o sea si pueden informarse de las cosas que la gente le gusta, pero no	Hay cierto contenido que, si informas, pero la información en TikTok no es lo suficiente profunda para comprender la realidad, entonces eso crean confusión en la gente porque empieza	A veces hay videos lógicos, y a veces no, o sea uno se da cuenta por la información dicen o a veces por los comentarios.	Una es por consultar en otras redes sociales o fuentes propias de confianza eso me hace confiar en ciertos videos, pero hay otras veces que no porque son cuenta creada para	Depende de las fuentes porque no se puede confiar de Juan23 que te dice la ciencia y la tecnología a son cosas del diablo. Entonces siempre hay que tener en cuenta cuáles son los

			<p>lo crees en realidad o a veces ni si quieren lo buscan. Por decirlo así, cierta información es verdadera porque hay usuario que si lo hacen con información original y otros solo</p>	<p>debe de comparar fuentes oficiales claro como mencione anteriormente, toda fuente oficial no es tan verídica para eso, se necesita otro tipo de investigación, con más profundidad para poder determinar si es o no es correcto lo que te</p>	<p>percátame de otros medios.</p>	<p>de temas importantes.</p>	<p>a creer todo lo que vio en TikTok y en la realidad no es así, porque es mucho más compleja. Hay mucha gente que no es especialista en ningún tema. Es una plataforma de entretenimiento y muchas</p>		<p>desinformar.</p>	<p>canales de difusión y como uno, lo está siguiendo y sobre cuáles son las bases que se fundamenta y la fuente que se basa en la información.</p>
--	--	--	--	--	-----------------------------------	------------------------------	---	--	---------------------	--

			<p>crean por contenido y fama.</p>	<p>está tratando de difundir en la mente. Que me haría pensar que es falso, cuando se encuentra contradicciones en los argumentos que la persona este brindando en ese momento. Podría ser, una fuente que me diga que es falso en</p>			<p>personas pueden crear a propósito o información falsa por la razón de tener más vista y más dinero. No es una fuente de información que sea real o confiable, aunque si es una guía de un tema que me interés</p>			
--	--	--	------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--

				realidad porque un medio dice una cosa y ellos dice otra cosa obviamente e hay contradicción. Por ende, no es tan confiable. No solo quedarse con la información que ellos te brindan, ampliar su conocimiento para poder tomar una mejor decisión y		me puede servir para buscar más sobre ese tema.			
--	--	--	--	--	--	---	--	--	--

				no dejarse engañar.						
Video en tendencias	Fuente de información.	<p>Usuario verificado.</p> <p>La cantidad de likes.</p> <p>Comentarios.</p> <p>Fuente citadas.</p> <p>Medios de comunicación.</p> <p>Fuente verificable.</p> <p>Fundamentada y</p>	<p>Algo más, porque lo creadores de contenido que son los mismos usuarios, de las mismas personas que quieren hacer famas, tendencias y hacerse popular</p>	<p>La fuente es muy importante, pero varios testimonios en realidad a pesar de tener una larga trayectoria profesional. Por ejemplo, los medios de comunicación de la televisora, los medios de la noticia</p>	<p>Algo más, pero dependiendo, si soy seguidor de unas personas que comparten la misma información o hablan del tema, eso me ayudan a creer más en el video porque tiene esa</p>	<p>Los likes, indicas lo que le gusta a la gente, pero más por los comentarios te pueden corregir, aunque no todo el tiempo, tampoco los likes, pero si puede decir bastante sobre eso. Pero</p>	<p>Me hace creer los videos, que tiene más likes y comentarios.</p>	<p>La cantidad de likes, los comentarios y como veo el video por las visualizaciones.</p>	<p>Creo que la fuente, pero está complicado, porque consultaría igualmente, aunque se haga viral, porque la gente se hace virales por cosas que no son ciertas.</p>	<p>Las fuentes citadas es mucho más saber que toda la información que se está dando se fundamenta en algo o el mismo explica lo que publica dentro de su video</p>

		argumentada.	. Con eso no puedo afirmar lo que está diciendo o para creerlo. Aunque si confiaría más en los usuarios que son verificados y si yo mismo doy con la misma información.	son fuente verificable, fuente que llevan sus años de investigación, pero en la actualidad no hacen su trabajo como deberían de serlos por el gobierno que financia su medio.	seguridad porque que es verdadero y si no, no compartiría el video.	lo que tiene likes, no significa que el video sea mejor o verdadero.				porque muchas veces cuando alguien trata de dar información que no es real, siempre carece de esas fuentes o siempre que uno se lo pregunta trata de evitar eso, siempre me fijo en la fuente para saber que tan
--	--	--------------	---	---	---	--	--	--	--	--

										veraz es la información de lo que estoy observando.
Opinión sobre la noticia	Veracidad. Reportero con autoridad. Percepción colectiva. Interés social.	Medios tradicional es la televisión. Tergiversar la información. Redes Sociales. Pérdida de confianza. Internet.	Si ese fuera el caso, que lo veo por TikTok y al rato, comienza a producirse en la televisión o por todo el mundo, ahí si estaría como	En una parte, podría creer que es correcto, porque no solo lo dice un medio, los dice dos o varios medios, pero mi punto de vista es verificar si la información es correcta o	La verdad sí, pero estaría confiando más en la plataforma, aunque, no del todo porque a veces no es de confianza, así mismo como la televisión.	No creo que TikTok, sea una máquina de propaganda, pero si puede ser utilizada por la gente que la afecta más por lo que es o lo que te diga más una	Si la veo en TikTok y en la televisión pensaría que es algo, de gran interés social pero más confiaría en la televisión sobre la noticia y su información.	En TikTok por los comentarios, pero en la televisión es todo, cuando la veo, ya sé que es verdad y en TikTok a veces no se confía mucho.	Si veo, la noticia en la televisión y luego en TikTok creo que la refuerza, aparte pienso que es muy serio y creo mucho más en la noticia.	No soy mucho de ver noticia, a través de la televisión. Normalmente todas mis fuentes de información son vía internet y cosas así pero no creo

			<p>en duda que puede ser verdad, pero también hay videos que son muy realista, creado por la (IA) inteligencia artificial. Aunque así, con eso tendría un 50% que no voy a creer, pero si voy a</p>	<p>no es correcta. Lo ideal sería, saber qué tipo de personajes esta brindado la información. Aunque si me afectaría, si me estuvieran mintiendo o engañando con información falsa.</p>		<p>autoridad de simular. Por ejemplo: un reportero su percepción colectiva afectaría bastante a lo que se quiere decir, pero yo no considero que me afecte mucho.</p>				<p>que influye mucho saber si la misma noticia pasa en la televisión o en TikTok y me siento más confiado que pase eso. De esa forma siento que el usuario de internet me está dando la noticia con informaci</p>
--	--	--	---	---	--	---	--	--	--	---

			tener mis dudas, que puede estar pasando o no.							ón veraces o también se puede ver que tergiversar la información.
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

Análisis: La red social TikTok y su impacto en la credibilidad informativa percibido por los adolescentes del barrio el paraíso. Los resultados de las entrevistas se muestra una interpretación que integra los motivos de uso y las percepciones de la información relacionadas con TikTok: Los adolescentes consideran a TikTok como una plataforma versátil que combina tres funciones principales: entretenimiento, interacción social e información. Aunque el entretenimiento predomina como el principal motivo de uso, hay una creencia distintiva de TikTok como una fuente de información rápida y accesible.

En TikTok, los jóvenes prefieren el humor ya que se adecúa para divertirse, incrementando así su percepción de credibilidad. Aunque las noticias que se perciben como pertinentes, también poseen mejor confiabilidad, al igual que los tutoriales que resultan útiles para el aprendizaje. En cuestión, esta perspectiva muestra cómo los jóvenes aprecian la información en función de su relevancia. Buscan contenidos que concuerden con sus intereses.

En el análisis muestra cinco grados de interacción en la red social TikTok: que se interpreta la “Interactividad” donde se destacó el enfoque engagement sobre la importancia de la interacción social que los adolescentes, solo miran el contenido de TikTok. Así mismos, también para reaccionar con un me gusta y compartir video con otros usuarios.

Al mismo tiempo, los adolescentes entrevistados muestran una actitud crítica hacia la veracidad de la información en TikTok, priorizando la verificación de fuentes antes de creer en los contenidos. Aunque valoran las fuentes oficiales, reconocen que no siempre son completamente confiables, por lo que contrastan y analizan diferentes fuentes. Por lo tanto, identifican que algunas cuentas buscan solo para desinformar, destacando la importancia de detectar contradicciones en los argumentos.

Los factores clave que establecen la confianza en la información obtenida de TikTok incluyen la fuente verificada, la cantidad de interacción (likes, comentarios), las fuentes citadas dentro del contenido de los seguidores. Sin embargo, también existe una conciencia de que los videos pueden volverse virales independientemente de su veracidad, lo que añade un nivel de desconfianza.

En este cuadro se resume la comparación de la categoría en la opinión sobre la noticia con la subcategoría de las palabras clave en la percepción de la credibilidad entre los medios tradicionales y TikTok en un contexto local.

Tabla 2: Cuadro comparativo

Subcategoría	Redes Sociales (TikTok)	Medios Tradicionales (Televisión)
Veracidad	Es percibida con reservas, ya que puede estar influenciada por IA o manipulaciones.	Se percibe como más verídica debido a la autoridad de los reporteros.
Reportero con autoridad	La falta de autoridad formal genera más dudas sobre la veracidad.	La figura del reportero tradicional da mayor credibilidad a la noticia.
Percepción colectiva	La percepción colectiva varía, influenciada por comentarios y usuarios.	Refuerza la credibilidad cuando es compartida por varios medios comunicación.
Interés social	Es vista como una fuente de interés social, pero menos confiable.	Se considera de mayor interés social, ya que tiene un impacto más amplio y formal.
Tergiversación de la información	Mayor riesgo de manipulación o tergiversación de la información.	Menos probable de ser tergiversada, aunque no está exenta de ello.
Pérdida de confianza	Mayor riesgo de pérdida de confianza debido a la falta de verificación.	Menor riesgo de perder confianza, aunque es posible por errores o manipulaciones.
Confianza en la información	Confianza moderada; se debe verificar la información antes de aceptarla como verdadera.	Alta confianza cuando la información es presentada de manera clara y formal.

Fecha: 06/12/2024

Elaborado por: Gómez Barberán Sofia Vanessa

5. DISCUSIÓN

En base a los resultados obtenidos de la entrevista realizada a los sujetos para determinar el impacto del uso de TikTok y su percepción de la información en adolescentes del barrio, el Paraíso.

Se evidencio, la utilización de TikTok va dependiendo de cómo los adolescentes perciben con base a su selección, de visualizar la información en esta plataforma para así obtener contenido entretenimiento (humor), Informado (noticias), tutoriales, interactivo que presentan de forma visual y dinámica. También la trasmisión de información, tiene mucho alcancen por los usuarios porque abarcar diversidad de temas por los videos informativos.

Según, Zamora (2023, p. 18) En su investigación menciona: “Las redes sociales se han vuelto ahora un instrumento principal para compartir información y alcanzar a la audiencia, Por esta razón, los jóvenes pasan más tiempo en TikTok por el entretenimiento que sobresale muchos en la información que ofrece las diversas personas que se encuentran inmersas en esta plataforma digital para obtener más contenido informativo. Además, TikTok es una de las redes sociales con más dominio en los usuarios. Por lo tanto, es esencial tener en cuenta el tiempo de duración de los videos en estas plataformas para atraer la atención del usuario, dado que posibilitan generar un mayor impacto en términos de visualización de los videos.”

Se analizó que juzgan las informaciones que reciben, y como se presenta de forma verdadera, pero también falsa, que hacen perder la confianza en el medio. Por esta razón los adolescentes acuden a buscar de otra fuente de información, ya sea, fuentes citadas o comentario de personas que sea de su confianza.

Como lo sugiere, Arbeláez (2020, p. 10) Explica que: “Resulta extremadamente complicado distinguir una noticia falsa de una auténtica, debido a la falta de recursos y competencias para conseguirlo. Además, otro elemento crucial en el contexto de las redes sociales son los comentarios, ya que las personas confían en el comentario vinculado a la noticia. A pesar de que resulta extremadamente complicado;

diferenciar una noticia falsa de una verdadera debido a la falta de capacidades para hacerlo, otro componente en el contexto de las redes sociales son los comentarios. Los individuos confían en el comentario vinculado a la noticia sin antes determinar si el autor del comentario es un experto en el asunto, pero si se le confiere la credibilidad adecuada, independientemente de si la noticia es falsa o verdadera.”

Los hallazgos, demostraron la información que es presentada en un medio tradicional es más confiable que la información que se presenta en la red social TikTok propagándose en un formato digital, que especialmente, las redes sociales disfrutan de gran notoriedad y la credibilidad de estos medios comunicación es inferior a la de otros, como lo han evidenciado múltiples investigaciones. Es crucial considerar, que los jóvenes tienen, más credibilidad medios tradicional (El televisor) que, en las redes sociales, por la alta falsedad que puede tener la información. Aunque si observan las dos plataformas podría reforzar sus creencias, pero siempre y cuando, tiene que ser críticos y selectivo al momento de percibir la información de noticia.

Según, Cuestas (2024, p. 10502) En su estudio relata: “La comunicación ha sido clave en el desarrollo social, destacando la autoridad de medios tradicionales como televisión, radio y prensa. En cuestión a las redes sociales, el consumo de noticias ha cambiado, ofreciendo precipitación, interactividad y privilegio entre jóvenes, aunque genera desconfianza por las noticias falsas. A pesar de esto, los jóvenes consideran importante estar informados para su vida diaria. Por lo tanto, las redes sociales han transformado cómo recibimos noticias, pero los medios tradicionales siguen aportando credibilidad. Además, a interacción entre ambos desafía a los jóvenes a ser más críticos y selectivos en el panorama informativo actual.”

6. CONCLUSIONES

- Basándonos en los resultados obtenidos, se determinó el impacto del uso de la red social TikTok por parte de los adolescentes y su percepción en la información está estrechamente relacionado con búsqueda de contenido humor, noticias, tutoriales que observa de manera visual y dinámica por su forma entretenida e interactiva.
- Se identificó, cómo los adolescentes perciben la veracidad en los contenidos informativos en TikTok, dentro de esta red social sobre video de usuarios verificados, o si da con la misma información entre ellos mismos, de tal manera con las fuentes citadas, por lo que creen en los likes y comentarios.
- Se analizo, los factores asociados a la confianza en la información obtenida de TikTok demostrando verificación de la información, comparación de fuentes y las contradicciones en los argumentos para así conseguir investigaciones más profundas.
- Se comparo la credibilidad percibida en TikTok que tiene una alta falsedad en ciertos contenidos que puede tener la información, la falta de autoridad formal y la percepción colectiva varía, por sobresaltar a los usuarios por comentarios saturado de información. Por lo tanto, en los medios tradicionales en un contexto local se percibe como más verídica debido a la autoridad de los reporteros por lo que da mayor credibilidad en las noticias y se refuerza más cuando es compartida por varios medios comunicación.

7. RECOMENDACIONES

- Establecida las conclusiones de esta investigación se recomienda: utilizar la red social TikTok para que se dedique unos minutos a seguir usuarios que compartan información que le interese, pero de forma visual y dinámica. Además, no solo quedarse con el entretenimiento, si no percibir otra información de contenido relevante.
- Los adolescentes deberían ser capacitados para juzgar críticamente las fuentes de información, comprendiendo que la cantidad de interacciones no garantiza la veracidad del contenido, lo que les permitirá desarrollar una visión más crítica y reflexiva frente a los contenidos informativos en plataformas como TikTok.
- Se recomienda promover videos formativos en TikTok sobre métodos de verificación para ayudar a los adolescentes a distinguir información comprobada. Esto ayudaría a los adolescentes a desarrollar habilidades a discernir mejor entre información verdadera o de contenidos manipulados.
- Implementar talleres virtuales donde los adolescentes y adultos debatan juntos cómo perciben la credibilidad en diferentes tipos de medios. Esto podría ayudar a los jóvenes a comprender la experiencia y los métodos de verificación, utilizados por generaciones mayores, mientras comparten su perspectiva sobre TikTok y medios tradicionales.

REFERENCIAS

- Aguirre, J. C. (2020). *Scielo*. <https://doi.org/https://doi.org/10.4067/S0717-554X2020000100001>
- Almeida. (2019). *Repositorio.upse*. Repositorio.upse: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/11885/1/UPSE-TCO-2024-0042.pdf
- Anchundia, S. G. (2020). *Repositorio.uleam*. Repositorio.uleam: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/2946/1/ULEAM-PER-0052.pdf#:~:text=%E2%80%9CLa%20credibilidad%20de%20los%20medios%20digitales%20ecuatorianos:%20Estudio%20aplicado%20a
- Arbeláez, E. G. (2020). *Repositorio.konradlorenz*. Repositorio.konradlorenz: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repositorio.konradlorenz.edu.co/server/api/core/bitstreams/6e42b181-b514-4605-9ef6-6228bf8b9e99/content
- Arias. (2020). *Ciencialatina*. Ciencialatina: <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7658/11620#:~:text=En%20el%20campo%20de%20la,la%20investigaci%C3%B3n.%2C%202021>
- Arizabaleta Dominguez, S. L., y Ochoa Cubillos, A. F. (06 de diciembre de 2016). Hacia una educación superior inclusiva en Colombia. *Scielo*, 41-56. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-24942016000200005&lng=en&tlng=es.
- Barreno, J. R. (2019). *Repositorio.uleam*. Repositorio.uleam: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/2130/1/ULEAM-PER-0044.pdf
- Beltrán, A. D., y Ávila, L. R. (13 de Mayo de 2024). *Revista científica electrónica de Educación y Comunicación en la Sociedad del Conocimiento*. Revista científica electrónica de Educación y Comunicación en la Sociedad del Conocimiento: <https://revistaseug.ugr.es/index.php/eticanet/article/view/29021/27426>
- Blanco, I. (21 de Marzo de 2020). *Dialnet*. <https://doi.org/https://doi.org/10.18042/cepc/rep.187.06>
- Boos, C. M., Durieux, F., Foletto, F., y De Souza Farias, F. (10 de Septiembre de 2020). *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*. <https://doi.org/doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.9003>
- Cajas, C. A. (1 de Octubre de 2024). *Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana*. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/28907/1/TTQ1805.pdf
- Cantalapiedra, B., y Aguilar, P. (1 de Abril de 2021). *Riubu*. Riubu: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://riubu.ubu.es/bitstream/handle/10259/9200/Cantalapiedra-rirhcs_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Castillo, C., y Quezada, L. (1 de Abril de 2019). *Dialnet*. <https://doi.org/https://doi.org/10.33890/innova.v4.n2.2019.943>
- Chávez , y Jiménez . (2021). *Repositorio.upse*. Repositorio.upse: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/10236/1/UPSE-TCO-2023-0052.pdf>
- Código de la Niñez y Adolescencia . (2003). *Registrocivil*. Registrocivil: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/<https://www.registrocivil.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/01/este-es-06-C%C3%93DIGO-DE-LA-NI%C3%91EZ-Y-ADOLESCENCIA-Leyes-conexas.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Organization of American States*. Organization of American States: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Convención sobre los Derechos del Niño. (1989). *United Nations*. United Nations: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/<https://www.un.org/es/events/childrenday/pdf/derechos.pdf>
- Cortés, M., Moraga, E., y Silva , D. (13 de Octubre de 2023). *Researchgate*. <https://doi.org/10.22533/at.ed.8802311102>
- Cuestas , A. V. (24 de Septiembre de 2024). *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*. https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i4.13189
- De Frutos, B., Pastor, A., y Cruz, R. (27 de Julio de 2021). *Revista Latina de Comunicación Social*. <https://doi.org/https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1512>
- Del Pezo, R. (2023). *Repositorio.upse*. Repositorio.upse: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/9160/1/UPSE-TCO-2023-0014.pdf>
- Delgado . (2022). *Repositorio.upse*. Repositorio.upse: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/9160/1/UPSE-TCO-2023-0014.pdf>
- Domínguez , F. d., y López , R. (21 de Julio de 2019). *La Universidad Autónoma Metropolitana*. La Universidad Autónoma Metropolitana: <https://www.redalyc.org/journal/340/34065218005/html/>
- Estrada , A., Alfaro, K., y Saavedra, V. (16 de Mayo de 2020). *Revistas Científicas*. <https://doi.org/https://doi.org/10.34096/ics.i42.7427>
- Fernando González Luna, Dolores Gutiérrez Rico. (2015). *Más allá de la inclusión educativa: Elementos para su desarrollo en una institución de educación superior*. (Vol. Primera edición). (I. U. Español, Ed.) México, México: Instituto Universitario Anglo Español.
- Fuster , D. E. (3 de Diciembre de 2019). *Scielo*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.20511/pyr2019.v7n1.267>

- Gallardo, J., y Lazo, C. M. (2020). *Revista de Estilos de Aprendizaje*. Revista de Estilos de Aprendizaje: <https://revistaestilosdeaprendizaje.com/article/view/2594/3220>
- García , Á. A. (21 de Septiembre de 2022). *Repositorio.ucsg*. Repositorio.ucsg: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/19736/1/T-UCSG-PRE-ART-IPDA-166.pdf
- García. (2020). *Repositorio.upse*. Repositorio.upse: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/11889/1/UPSE-TCO-2024-0046.pdf
- García, E. E., Minchola , L., y Rojas, J. H. (2021). *Repositorio Institucional UNHEVAL*. Repositorio Institucional UNHEVAL: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/6843/TCS00079G23.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gómez, D. M., Garay, L. N., y Arias, Z. A. (11 de Noviembre de 2022). *Repository.unab*. Repository.unab: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/18516/2022_Tesis_Diany_Gomez.pdf?sequence=1
- Goya , J. K. (2022). *UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO*. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/11799/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000597.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Guevara et al. (2020). *Repositorio.pucp*. Repositorio.pucp: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/184559/GU%c3%8dA%20INVESTIGACI%c3%93N%20DESCRIPTIVA%202022.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Guillén, S., Carcausto, W., y Quispe, W. (1 de Noviembre de 2021). *Dialnet*. <https://doi.org/https://doi.org/10.20511/pyr2021.v9nSPE1.895>
- Guillermo, P., Gonzalo Espinoza, B., y Lazcano Peña, D. (31 de Octubre de 2023). *Cuadernos.Info*. Cuadernos.Info: <https://ojs.uc.cl/index.php/cdi/article/view/65507/56769>
- Guiñez , N., Mansilla, K., y Jeldes, F. (1 de Octubre de 2020). *Redalyc.org*. <https://doi.org/https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.05>
- Haro , A. F., Chisag , E. R., Ruiz , J. P., y Caicedo , J. E. (6 de Abril de 2024). *Latam*. <https://doi.org/https://doi.org/10.56712/latam.v5i2.1927>
- Herdoíza, M. (2015). *Construyendo Igualdad en la Educación Superior*. Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación - SENESCYT, Senescyt/Unesco, Quito.
- Hernández, O. (2021). *Scielo*. Scielo: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/http://scielo.sld.cu/pdf/mgi/v37n3/1561-3038-mgi-37-03-e1442.pdf
- Hernández-Sampieri. R & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (Vol. Sexta). México D.F., México: McGRAW-

- HILL/INTERAMERICANA EDIOTRES, S.A. DE C.V. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Herrera Seda, C., Pérez Salas, C., y Echeita, G. (2016). Teorías Implícitas y Prácticas de Enseñanza que Promueven la Inclusión Educativa en la Universidad. Instrumentos y Antecedentes para la Reflexión y Discusión. *9*(5), 49-64. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062016000500006>
- Ibarra, A. N. (29 de Septiembre de 2022). *Repositorio.uta*. Repositorio.uta: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/<https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/bb650dd3-b4e7-4e17-9f02-5452b34f07c7/content>
- Incheon. (2016). *Educación 2030. Declaración de Incheon y Marco de Acción. Hacia una educación inclusiva y equitativa de calidad y un aprendizaje a lo largo de la vida para todos*. República de Corea: UNESCO.
- Janet Camilo. (2020). *Plan Nacional de igualdad y equidad de género*. República Dominicana: PLANEG III.
- Leiva, J., Rabanal, M., y Cabrera, D. (21 de Abril de 2023). *Scielo*. <https://doi.org/10.22235/ech.v12i1.3078>
- Ley Orgánica de Comunicación. (2013). *Telecomunicaciones*. Telecomunicaciones: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- Ley Orgánica de Protección de datos Personales. (2021). *Finanzaspopulares*. Finanzaspopulares: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.finanzaspopulares.gob.ec/wp-content/uploads/2021/07/ley_organica_de_proteccion_de_datos_personales.pdf
- Loor, S. C. (2023). *Repositorio.upse*. Repositorio.upse: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/9811/1/UPSE-MCO-2023-0012.pdf>
- Luque, S. D. (19 de Enero de 2022). *Tesis.pucp*. Tesis.pucp: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/24058/LUQUE_BALBUENA_SANDRA_DENISSE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Magaña, K. G., Berzunza, F. R., y Sánchez, M. E. (30 de Octubre de 2020). *Revistaic.instcamp*. Revistaic.instcamp: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/<https://revistaic.instcamp.edu.mx/uploads/Ano2020No18/Ano2020No18-244-263.pdf>
- Martínez, I. D. (27 de Octubre de 2023). *Oa.upm*. Oa.upm: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://oa.upm.es/76481/1/TFG_INES_DE_ELIAS_MARTINEZ.pdf
- Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., y Loaiza, R. (16 de Febrero de 2023). *Editorial.inudi*. <https://doi.org/https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>

- Morán, E. R. (5 de Abril de 2022). *Repositorio Universidad Estatal Península de Santa Elena*. Repositorio Universidad Estatal Península de Santa Elena: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/6994/1/UPSE-TCO-2022-0033.pdf
- Moreno , B., y Blanco , T. (1 de Julio de 2024). *Revista Mediterránea de Comunicación*. <https://doi.org/> <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.26498>
- Muñoz Loayza, B. A. (2018). *Ventajas y desventajas del muestreo probabilístico y no probabilístico en investigaciones científicas*. Machala: Repositorio digital Utmach. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12838/1/ECUACE-2018-CA-DE00859.pdf>
- Muñoz, A., Giri, L., y Nahabedian, J. J. (1 de Enero de 2024). *Revista Mediterránea de Comunicación*. <https://doi.org/> <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.25481>
- Navas , D. A. (22 de Octubre de 2024). *Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana*. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/29156/1/TTQ1854.pdf
- Peña, S., Larrondo, A., y Morales, J. (2022). *Revista profesional de la información*. <https://doi.org/> <https://doi.org/10.3145/epi.2022.ene.06>
- Pérez, G. V. (30 de Junio de 2023). *Revista Científica Y Tecnológica VICTEC*. Revista Científica Y Tecnológica VICTEC: <https://server.istvicenteleon.edu.ec/victec/index.php/revista/article/view/93/39>
- Ramos, C. A. (21 de Octubre de 2020). *Dialnet*. Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7746475>
- Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación. (2014). *Telecomunicaciones*. Telecomunicaciones: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2016/08/REGLAMENTO-LEY-DE-COMUNICACION.pdf
- Rivero Pino R. (2021). *Desarrollo de capacidades de intervención profesional comunitaria, familiar y de género para la inclusión educativa*. Santa Elena.
- Rivero Pino, Ramón. (2021). *Instrumento para validación por especialistas de técnicas para la investigación "Desarrollo de Capacidades de Intervención Profesional Comunitaria, Familiar y de Género para la Inclusión Educativa Universitaria*. Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena.
- Rodas , F. D., y Pacheco , V. G. (2020). *Revistas.uide*. <https://doi.org/> <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n3.2020.1401>
- Rodrigo, M. d., Carvalho, T. N., y Juce, L. d. (10 de Julio de 2021). *Scielo*. Scielo: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://scielo.isciii.es/pdf/eg/v20n64/1695-6141-eg-20-64-324.pdf

- Rodríguez , A. (2021). *Universidad Valladolid*. Universidad Valladolid: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/52437/TFM_F_2021_135.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rodriguez. (2019). *Repositorio.upse*. Repositorio.upse: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/8456/4/UPSE-COM-2022-033.pdf
- Rodríguez, C. (Abril de 2023). *Repositorio.uchile*. Repositorio.uchile: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/195506/Tesis%20-%20Carlos%20Rodriguez.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rojas, W. J. (1 de Diciembre de 2022). *Stadium*.
https://doi.org/https://doi.org/10.35626/sv.26.2022.353
- Román , C. D., Bonilla , S. F., y Serrano , D. A. (2023). *Universidad cooperativa de Colombia* .
Universidad cooperativa de Colombia : chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/590e9fe3-f7c4-4fdf-8374-efa128f07286/content
- SENESCYT. (2015). *Construyendo Igualdad en la Educación Superior*. Quito: Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación.
- Sidorenko, P., Pilar, L., y Matsumoto, M. (24 de Mayo de 2024). *Infonomy*.
https://doi.org/https://doi.org/10.3145/infonomy.24.040
- Soengas, X., López, A., y Sixto, J. (12 de Junio de 2019). *Revista Latina De Comunicación Social*.
https://doi.org/https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1371-54
- Solís Sabanero, A. (2016). La perspectiva de género en la educación. *Desarrollo profesional docente: reforma educativa, contenidos curriculares y procesos de evaluación*, 97-107.
- Tejero , J. M. (2021). *Dialnet*. https://doi.org/http://doi.org/10.18239/estudios_2021.171.04
- Téllez, Á., Mendoza, N. E., y Herrera Corona, L. (5 de Abril de 2024). *Latam*. https://doi.org/https://doi.org/10.56712/latam.v5i2.1924
- Torres-Ortiz, J.A. & Duarte, J.E. (Junio de 2016). Los procesos pedagógicos administrativos y los aspectos socio-culturales de. *Investigación, Desarrollo, Innovación*, 6, 179-190.
https://doi.org/http://dx.doi.org/10.19053/20278306.4606
- Unesco. (2020). *América Latina y el Caribe: Inclusión y educación: todos y todas sin excepción*. París: Informe de Seguimiento de la Educación en el Mundo 2020.
- Vásquez, D. G. (16 de Septiembre de 2022). *Repositorio.upse*. Repositorio.upse: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/8543/4/UPSE-COM-2022-0045.pdf
- Vásquez, L. G. (7 de Diciembre de 2023). *UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA*. UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream

m/handle/20.500.14229/317/TESIS-VASQUEZ%20VASQUEZ-EMPASTADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vélez, G. L., y León, W. B. (2021). *Repositorio.consejodecomunicacion*.

Repositorio.consejodecomunicacion: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO_REP/2719/1/Verificaci%3%b3n%20de%20hechos%20Falibilismo%20Popper%20y%20la%20razonabilidad%20de%20las%20masas.pdf

Vizcaíno, P. I., Cedeño, R. J., y Maldonado Palacios, I. A. (27 de Septiembre de 2023). *Researchgate*.
https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658

Voutssás, J. (29 de Octubre de 2019). *Books.google*. Books.google:

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=gCy6DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=Confianza+en+la+informaci%C3%B3n&ots=C85I9hzmsq&sig=96nlp-uH6I2i7CNM6jnBxBk2UVY#v=onepage&q=Confianza%20en%20la%20informaci%C3%B3n&f=false>

Zamora, C. A. (2023). *Repositorio.bausate*. Repositorio.bausate: chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14229/318/TESIS-ZAMORA%20URBINA-EMPASTADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Zoubair, A. (6 de Noviembre de 2023). *Revistas.unilasalle*.

<https://doi.org/https://doi.org/10.18316/rcd.v15i39.11127>

ANEXOS

Figura 1

Evidencias de las tutorías



Figura 2



Figura 3



Figura 4



Figura 5

Evidencias de las entrevistas



Figura 6



Figura 7



Figura 8



Figura 9



Figura 10





CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PADRES O TUTORES LEGALES

Título del estudio: El impacto de la red social TikTok en la credibilidad informativa percibida por los adolescentes en el barrio El Paraíso.

Investigador:

Descripción del estudio:

Este estudio tiene como objetivo determinar el impacto del uso de TikTok en la percepción de la publicidad informativa en adolescentes del barrio, el Paraíso. Se buscará entender mejor cómo los adolescentes interpretan las noticias y contenidos informativos que encuentran en esta plataforma.

Participación:

Su hijo(a) será invitado(a) a participar en este estudio. La participación consistirá en responder preguntas a través de una entrevista semiestructurada sobre su uso de TikTok y cómo percibe la veracidad de la información que encuentra en esta plataforma. La duración total será de aproximadamente 30 minutos.

Confidencialidad:

La información proporcionada será completamente confidencial. Los datos obtenidos se utilizarán exclusivamente con fines de investigación académica. No se mencionarán nombres ni detalles personales en ningún reporte o publicación relacionada con este estudio.

Voluntariedad:

La participación de su hijo(a) es completamente voluntaria. Su hijo(a) puede retirarse del estudio en cualquier momento sin ninguna consecuencia negativa. No se ofrecerá compensación económica por la participación.

Posibles riesgos:

No se anticipan riesgos significativos para los participantes en este estudio. Las preguntas estarán relacionadas con el uso de redes sociales, específicamente TikTok, y su percepción sobre la información.

Beneficios:

El estudio proporcionará una mejor comprensión del impacto de TikTok en la credibilidad de la información entre los adolescentes. Esto podría ayudar a educadores, padres y responsables de políticas a diseñar estrategias más efectivas de alfabetización mediática.

Contacto:

Si tiene alguna pregunta o inquietud sobre este estudio, no dude en ponerse en contacto conmigo

AUTORIZACIÓN:

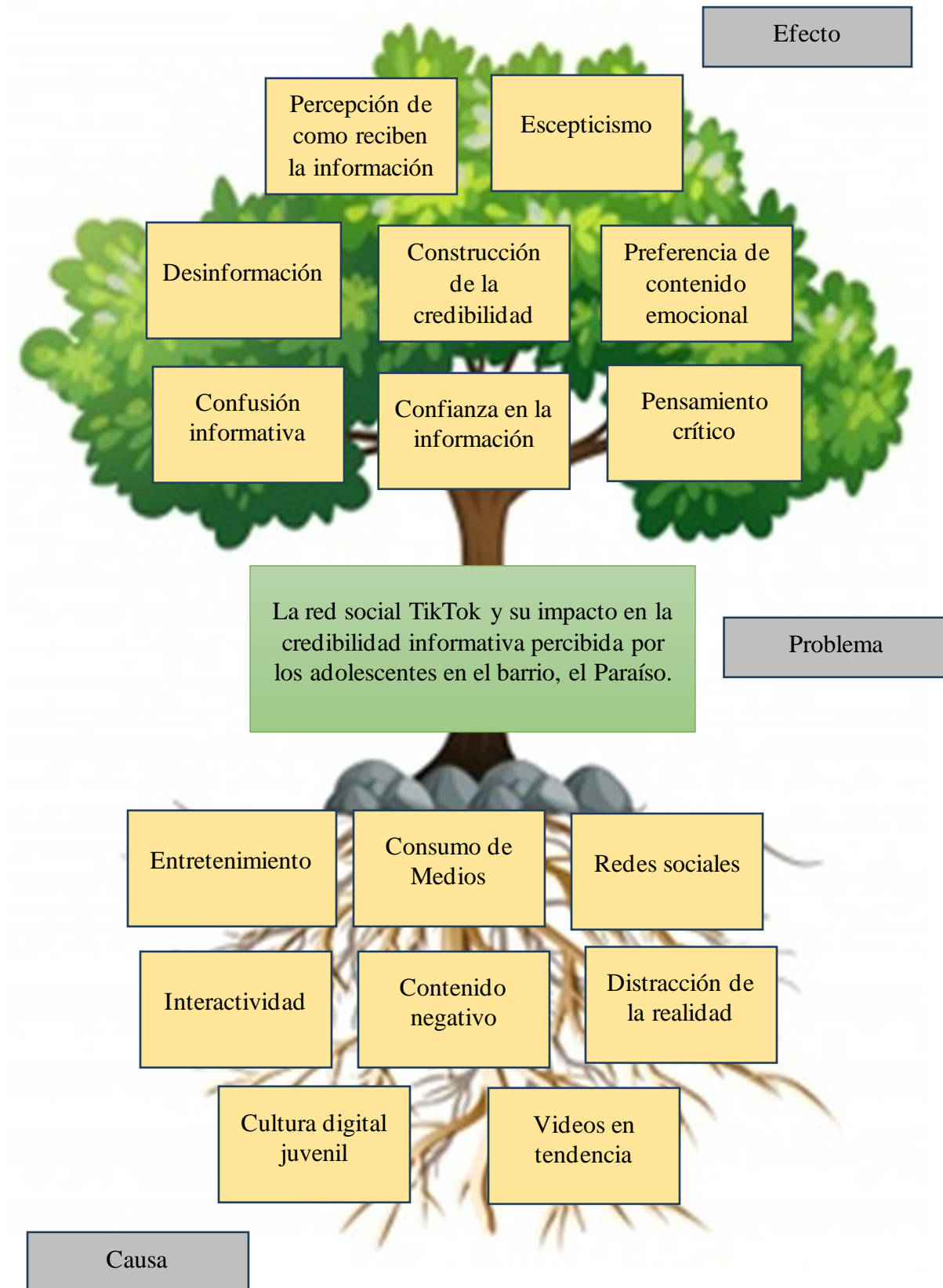
Declaro que he leído y comprendido la información proporcionada sobre el estudio y doy mi consentimiento para que mi hijo(a) participe en el mismo.

Nombre del padre/tutor legal: _____ CI. _____

Fecha: _____

Figura 11

Árbol del Problema



Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de preguntas

Tema: La red social TikTok y su impacto en la credibilidad informativa percibida por los adolescentes en el barrio, el Paraíso.

Objetivo: Determinar el impacto del uso de TikTok en la percepción de la publicidad informativa en adolescentes del barrio, el Paraíso.

Entrevistado: Adolescentes

Entrevistador: Gómez Barberán Sofia Vanessa

La red social TikTok y su impacto en la credibilidad informativa percibida por los adolescentes en el barrio, el Paraíso.			
Nº	Categoría	Pregunta	Respuesta
1.	Uso de TikTok	¿Utilizas TikTok principalmente para entretenimiento, estar informado(a), o interactuar con amigos? ¿Puedes explicar por qué?	
2.	Preferencia de videos	¿Prefieres videos de humor, noticias, desafíos, tutoriales u otro tipo? ¿Por qué?	
3.	Interactividad	¿De qué formas interactúas con otros usuarios en TikTok? - “Solo miro” - “No interactúo” - Crear contenido. - Comentarios. - Reaccionas con un me gusta. - Comparte videos con otros usuarios. - Solo mirar sin interactuar	
4.	Confianza en la información	¿Qué te hace confiar en que la información es verdadera? ¿Qué te haría pensar que es falsa?	
5.	Video en tendencia	¿Qué te hace creer que un video en tendencia es verdadero: las fuentes citadas, los comentarios de los usuarios, ¿la cantidad de likes o algo más?	

6.	Opinión sobre la noticia	Si ves la misma noticia en TikTok y en la televisión, ¿Cambia tu percepción de su veracidad? ¿Cómo te afecta esta coincidencia?	
----	--------------------------	---	--



Dra. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, Mgtr

Juez experto

C.I: 0918988312

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:	La red social TikTok y su impacto en la credibilidad informativa percibida por los adolescentes en el barrio, el Paraíso.
AUTOR:	Gómez Barberán Sofia Vanessa

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN Relación entre:								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Variable Independiente: comunicación inclusiva	Uso de la red social.	Uso de TikTok	¿Utilizas TikTok principalmente para entretenimiento, estar informado(a), o interactuar con amigos? ¿Puedes explicar por qué?						X		X		X		X		
	Contenido Consumido en TikTok.	Preferencia de videos.	¿Prefieres videos de humor, noticias, desafíos, tutoriales u otro tipo? ¿Por qué?						X		X		X		X		

Interacción social.	Interactividad.	<p>¿De qué formas interactúas con otros usuarios en TikTok?</p> <ul style="list-style-type: none"> - “Solo miro” - “No interactúo” - Crear contenido. - Comentarios. - Reaccionas con un me gusta. - Comparte videos con otros usuarios. - Solo mirar sin interactuar 						X		X		X		X		
Confiabilidad en la fuente	Confianza en la información.	¿Qué te hace confiar en que la información es verdadera? ¿Qué te haría pensar que es falsa?						X		X		X		X		
Desinformación.	Video en tendencia	¿Qué te hace creer que un video en tendencia es verdadero: las fuentes citadas, los comentarios de los usuarios, ¿la cantidad de likes o algo más?						X		X		X		X		

Consumo de medios.	Opinión sobre la noticia	Si ves la misma noticia en TikTok y en la televisión, ¿Cambia tu percepción de su veracidad? ¿Cómo te afecta esta coincidencia?							X		X		X		X		
--------------------	--------------------------	--	--	--	--	--	--	--	---	--	---	--	---	--	---	--	--



Dra. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, Mgtr

Juez experto

C.I: 0918988312

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Guía de preguntas – Red social TikTok - Credibilidad informativa

Indicador es	Criterios	Deficiente					Regular					Buena					Muy Buena					Excelente					OBSERVACIONES
		0 - 20					21 - 40					41 - 60					61 - 80					81 -100					
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96						
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100						
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				100						
2. Objetividad	Expresa conductas observables																				100						
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																				100						
4. Organización	Organización lógica entre sus ítems																				100						
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																				100						
6. Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																				100						
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos- científicos																				100						
8. Coherencia	Relación en variables e indicadores																				100						
9. Metodología	Adecuada y responde a la investigación																				100						

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el **EXPERTO EVALUADOR** evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Promedio:	100
Juez Experto	Dra. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, Mgtr
CI:	0918988312
Teléfono	0997611181
E-mail:	pcortez@upse.edu.ec
 Firma	

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDANTE		
Apellidos y Nombres:	Gómez Barberán Sofia Vanessa	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
La red social TikTok y su impacto en la credibilidad informativa percibida por los adolescentes en el barrio, el Paraíso.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Entrevista – Guía de preguntas	
Objetivo:	Determinar el impacto del uso de TikTok en la percepción de la publicidad informativa en adolescentes del barrio, el Paraíso.	
Dirigido a:	Adolescentes entre 14 a 17 años, del barrio, el Paraíso	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Cortez Clavijo Paola Elizabeth	
Documento de Identidad:	0918988312	
Grado Académico:	Doctorado	
Especialidad:	Comunicación	
Experiencia Profesional (años):	12 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No Aplicable
X		
Sugerencia:		

Fecha: La libertad, 16 de octubre del 2024



Dra. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, Mgtr

Juez experto

C.I: 0918988312