UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

(FECYT)

CARRERA DE COMUNICACIÓN

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

TEMA:

“TIKTOK Y LOS IDEALES DEL CUERPO MASCULINO, PERCEPCIONES DE LOS ADOLESCENTES HOMBRES DE LA UNIDAD EDUCATIVA NATALIA JARRÍN DE CAYAMBE, 2025”

Trabajo de titulación previo a la obtención del título en Licenciado/a en Comunicación

Línea de investigación: Desarrollo Social y del Comportamiento Humano

AUTOR:

Damaris Nayeli Villamarin Guzmán

DIRECTOR:

Carla Gabriela Arcos Cuaspud

Ibarra – Ecuador 2026

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
DIRECCIÓN DE BIBLIOTECA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Villamarin Guzmán Damaris Nayeli

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	TikTok y los ideales del cuerpo masculino, percepción de los adolescentes hombres de la Unidad Educativa Natalia Jarrin de Cayambe, 2025
AUTOR (ES):	Villamarin Guzmán Damaris Nayeli
FECHA: DD/MM/AAAA	28/07/2026
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	**PREGRADO** **POSGRADO**
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciado/a en Comunicación
DIRECTOR /ASESOR:	MSc. Gabriela Arcos / MSc. Manuel Montufar

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 28 días del mes de julio de 2026

EL AUTOR:

Validar únicamente en FirmaEC.
Firmado electrónicamente por:
DAMARIS NAYELI
VILLAMARIN GUZMAN

Nombre: Damaris Villamarin

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

Ibarra, 28 de julio de 2026

MSc. Gabriela Arcos

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de titulación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología (FECYT) de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

Validar únicamente en FirmaEC.
Firmado electrónicamente por:
CARLA GABRIELA ARCOS CUASPUD

MSc. Gabriela Arcos
C.C.: 100359533

DEDICATORIA

Dedico este trabajo, en mi primer lugar a Dios por ser mi guía constante, por regalarme fortaleza, sabiduría y esperanza en cada paso de este camino académico y personal. Su amor y sus bendiciones me permitieron superar cada obstáculo y nunca perder la fe en mis sueños.

A mi madre, por su amor incondicional sus sacrificios, su esfuerzo y su ejemplo de perseverancia y no dejarme sola en los momentos difíciles. Gracias madre por ser mi apoyo y ensenarme que con disciplina, dedicación y valentía es posible alcanzar cualquier meta. Este logro también es suyo porque siempre creyó en mi incluso cuando yo dudaba de mi misma.
De igual manera, a mi familia por estar conmigo y brindarme palabras de aliento en cada etapa de este proceso, su confianza fue un impulso para seguir adelante.

También dedicar a esa persona especial que estuvo a mi lado durante este recorrido, por convertirse en una motivación constante para no rendirme, creer en mis capacidades y recordarme que cada esfuerzo tiene su recompensa. Como último, dedico este logro a mi misma por no rendirme ante las dificultades y no dejarme caer. Mantener la fe en mis capacidades y demostrarme que es posible alcanzar los sueños.

AGRADECIMIENTO

Expreso mi sincero agradecimiento a todas las personas e instituciones que hicieron posible el desarrollo y la culminación de esta investigación, brindándome su apoyo, orientación y confianza durante este proceso académico.

Agradezco a la Universidad Técnica del Norte, a la Carrera de Comunicación por brindarme los conocimientos y las herramientas necesarias para mi formación académica y profesional. De igual manera, agradezco a mi directora de tesis por su orientación, dedicación y valiosos aportes durante el desarrollo del presente estudio. A mi asesor de tesis, por su disposición, acompañamiento y aportes académicos, los cuales contribuyeron de forma eficaz el cumplimiento de los objetivos de esta investigación.

Finalmente, se agradece a todas las personas que de una u otra forma contribuyeron al progreso de este proyecto y dejaron una huella significativa en este importante logro académico.

RESUMEN

La presente investigación analizó las percepciones de los adolescentes varones de 14 a 18 años de la Unidad Educativa Natalia Jarrín de Cayambe sobre los ideales del cuerpo masculino difundidos en TikTok durante el año 2025, con el propósito de comprender cómo los contenidos visuales presentes en esta plataforma se relacionan con la valoración corporal y la construcción de la autoimagen en este grupo etario. El estudio se desarrolló mediante un enfoque mixto, con alcance descriptivo e interpretativo y diseño no experimental de corte transversal.

Para la recolección de información se aplicó una encuesta a 200 estudiantes y se realizaron entrevistas semiestructuradas a profesionales de las áreas de comunicación, psicología, sociología y educación física, lo que permitió complementar la información cuantitativa con criterios especializados sobre la problemática estudiada.

Los resultados evidenciaron que el 85,72 % de los adolescentes utiliza TikTok diariamente o casi todos los días, siendo los contenidos más consumidos aquellos relacionados con deportes y actividad física (41,43 %) y cuidado personal (23,57 %). Además, el 63,57 % manifestó haberse comparado físicamente con personas observadas en la plataforma, mientras que el 55,71 % reconoció que dichos contenidos influyen en la forma en que valora su apariencia personal. Del mismo modo, el 87,86 % indicó haber intentado modificar aspectos de su apariencia o hábitos personales a partir de contenidos observados en TikTok.

El análisis cualitativo permitió identificar que dentro del entorno escolar existen comparaciones físicas frecuentes entre adolescentes, acompañadas de una creciente valoración del cuerpo musculoso o atlético cómo referente de aceptación social. Los testimonios de los expertos señalaron que TikTok contribuye a reforzar estereotipos corporales masculinos y puede intensificar procesos de comparación social en etapas sensibles del desarrollo identitario.

Se concluye que TikTok constituye un espacio digital altamente presente en la vida cotidiana de los adolescentes estudiados, donde circulan representaciones corporales masculinas que son percibidas cómo referentes estéticos relevantes, influyendo en procesos de comparación física, autopercepción y construcción de la imagen corporal. Se recomienda fortalecer estrategias de alfabetización digital y pensamiento crítico dentro del ámbito educativo y familiar.

Palabras clave: TikTok, cuerpo, ideales, adolescentes varones, comparaciones, redes sociales, estereotipos, autoimagen.

ABSTRACT

This research analyzes the influence of TikTok content on the perception of male body ideals among male adolescents aged 14 to 18 years at the Natalia Jarrín Educational Unit in Cayambe, Ecuador, during 2025. The study employs a sequential explanatory mixed-method design. A survey was applied to 200 students, and semi-structured interviews were conducted with experts in communication, psychology, sociology, and physical education.

Quantitative results show that 85.72% of adolescents use TikTok daily or almost daily. The most consumed content is sports and physical activity (41.43%) and personal care (23.57%). A total of 63.57% of respondents admit to having compared themselves physically with people observed on the platform. Furthermore, 70% recognize that TikTok influences their self-assessment. Also, 87.86% have attempted to modify their appearance or habits due to the platform's influence, and 46.43% identify the muscular or athletic body as the most demanded model on the application.

Qualitative analysis reveals the existence of constant physical comparisons among students within the institution, as well as a widespread interest in increasing muscle mass and the presence of cases of excessive training. It also becomes evident that TikTok promotes unrealistic beauty standards that affect adolescent self-esteem.

Based on the findings, it is concluded that male adolescents at the Natalia Jarrín Educational Unit are frequently exposed to TikTok content about the male body. Physical comparison with platform models constitutes a common practice, and such content influences the adoption of body stereotypes and the modification of habits such as exercise and personal care. The implementation of digital literacy workshops at the educational institution and the strengthening of family supervision of social media use are recommended.

Keywords: TikTok, body, male adolescents, social comparison, body stereotypes, social, networks, self-image.

INDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA iv
AGRADECIMIENTO v
RESUMEN vi
ABSTRACT vii
ÍNDICE DE TABLAS xi
ÍNDICE DE FIGURAS xii
INTRODUCCIÓN 13
Objetivos de la investigación 15
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO 16
1.1 La comunicación cómo eje central del entorno digital 16
1.1.1 Concepto y evolución de la comunicación 16
1.1.2 La comunicación digital en la actualidad 17
1.1.3 Modelos de comunicación digital 20
1.1.4 Interpretación de mensajes digitales (Stuart Hall) 22
1.2 Redes sociales un espacio de interacción e influencia de adolescentes 23
1.2.1 Redes sociales: definición y contexto 23
1.2.2 Características y clasificación de las redes sociales contemporáneas 24
1.2.3 Impacto sobre el uso de redes sociales en la adolescencia 27
1.2.4 Riesgos y efectos de las redes sociales en la adolescencia 28
1.2.5 Construcción de los cánones de belleza en las redes 29
1.2.6 Arquetipos visuales y narrativo en las redes sociales 30
1.3 Tiktok cómo plataforma de comunicación e influencia estética 31
1.3.1 Auge y expansión global del TikTok 31
1.3.2 Influencers y creadores de contenido masculinos 32
1.3.3 Algoritmo de recomendación y viralización 34
1.3.4 Tipos de contenido y su impacto visual 35
1.3.5 Patrones de consumo en Tiktok 37
1.3.6 Influencia de TikTok en la autoimagen y percepción de los jóvenes 38
1.3.7 Teoría del Aprendizaje Social 39
1.3.8 Teoría del Cultivo 39

1.4 Ideales del cuerpo masculino en medios digitales 40
1.4.1 Construcción social del cuerpo masculino (Stuart Hall) 40
1.4.2 Estereotipos masculinos a lo largo de la historia 41
1.4.3 El ideal de belleza 42
1.4.4 Prototipos del cuerpo masculino 43
1.4.5 Impacto de los estándares de belleza en los adolescentes 45
1.5 Adolescencia, género y construcción de la identidad corporal 46
1.5.1 Adolescencia: características y cambios 46
1.5.2 Adolescencia en la era digital 46
1.5.3 El papel de los medios de comunicación en la adolescencia tardía 47
1.5.4 Teorías sobre construcción de identidad corporal. 48
1.5.5 Masculinidades digitales en los adolescentes 48
1.5.6 Representaciones masculinas 49
1.5.7 Efecto de los filtros en la percepción del cuerpo 50
1.6 Percepción e imagen corporal en adolescentes 51
1.6.1 Concepto de percepción e imagen corporal 51
1.6.2 Autoimagen 52
1.6.3 Insatisfacción corporal y autoestima 53
1.6.4 Construcción de la autoimagen en medios digitales 53
1.6.5 Comparación social y evaluación del cuerpo (Teoría de Festinger) 54
1.6.6 Influencia de TikTok en la identidad corporal 55
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA 57
2.1 Paradigma de la investigación 57
2.2 Enfoque o carácter de la investigación 57
2.3 Alcance de la investigación 57
2.4 Tipos de investigación 58
2.5 Operacionalización de las variables 58
2.5 Técnicas e instrumentos de investigación 60
2.5.1 Encuesta 60
2.5.2 Entrevista semiestructurada 60
2.6 Preguntas de investigación o hipótesis 61
2.7 Participantes 61
2.7.1 Población 61
2.7.2 Muestra probabilística 62

2.8. Perfil de los entrevistados 63
2.9. Validez de los instrumentos 64
2.10. Procedimiento y plan de análisis de datos 64
CAPÍTULO III: RESULTADOS 66
3.1 Análisis de resultados cuantitativos 66
3.2 Resultado de encuestas 66
3.3 Resultados del análisis cualitativo 79
3.3.1 Análisis de entrevista MSc. Mario Benítez 80
3.3.2 Análisis de la entrevista MSc. Arianna Cadena 81
3.3.3. Análisis de la entrevista MSc. Anita Culqui 84
3.3.4. Análisis de la entrevista al Licenciado Cristian Luna 85
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN 88
CONCLUSIONES 91
RECOMENDACIONES 92
BIBLIOGRAFÍA 93
ANEXOS 99
EVIDENCIAS DE LAS PREGUNTAS A LOS EXPERTOS. 99
VALIDADACIÓN DE INSTRUMENTOS 107

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tipos de comunicación 18
Tabla 2 Modelos de comunicación en la era digital 21
Tabla 3 Clasificación de los influencers 34
Tabla 4 Función del algoritmo de Tiktok 2025 34
Tabla 5 Diferentes contenidos de Tiktok 36
Tabla 6 Patrones de consumo 38
Tabla 7 Prototipos del cuerpo masculino 44
Tabla 8 Comprobación de hipótesis 88

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Elementos clave de la comunicación 16
Figura 2 Cambios de la comunicación tradicional a la era digital 19
Figura 3 Desafíos de la comunicación digital 20
Figura 4 Las redes sociales más usadas en el Ecuador 24
Figura 5 Clasificación y características de las redes sociales 25
Figura 6 Tiktok en Ecuador 32
Figura 7 Datos etarios 66
Figura 8 Uso diario de Tiktok 67
Figura 9 Frecuencia de uso en Tiktok 68
Figura 10 El contenido que frecuentan en Tiktok 69
Figura 11 Publicaciones que predominan en influencers en Tiktok 70
Figura 12 Comparaciones físicas para los adolescentes en Tiktok 71
Figura 13 Rutinas de ejercicios o cambios físicos 72
Figura 14 Reacción respecto a cómo se sienten después de usar Tiktok 73
Figura 15 Cambios físicos debido a lo que observan en la plataforma 74
Figura 16 Tipos de cuerpos con demanda en Tiktok 75
Figura 17 Contenido que predomina en Tiktok 76
Figura 18 Cómo influye en Tiktok en los adolescentes 77
Figura 19 Importancia en la interacción social para Tiktok 78
Figura 20 Qué haces cuando miras Tiktok un video sobre apariencia física, ejercicio, rutinas o hábitos que se vuelven viral 79

INTRODUCCIÓN

La comunicación se convirtió en el eje transversal de la sociedad. Con la llegada de la tecnología, los procesos comunicativos evolucionaron desde los medios tradicionales cómo la prensa y la televisión hacia entornos digitales caracterizados por la inmediatez y la interacción social. Este cambio generó nuevas formas de difusión de la información en diversas plataformas digitales, las cuales hoy en día son utilizadas de manera constante por las personas. De este modo, la comunicación digital se presenta como un modelo multidimensional donde los mensajes, facilitan la interacción y transforman la manera en que los usuarios se comunican.

En este contexto, aparece el uso de las redes sociales se han convertido en un eje fundamental en la vida cotidiana de los jóvenes, quienes recurren a estas plataformas digitales para informarse o interactuar sin la necesidad del contacto físico. El consumo constante de contenidos audiovisuales cambió la forma en cómo los adolescentes interpretan la apariencia física y evalúan su propia imagen. De acuerdo con Terradez (2020) “en el mundo de la inmediatez ni la moda se salva. Cada dos semanas, aparece una nueva tendencia que arrasa con todo y todos a su paso’’ (p. 1). En consecuencia, las redes sociales no solo influyen en los hábitos de consumo, sino también la forma en que se construye la identidad personal que predominan en las nuevas generaciones.

Frente a este panorama, la red social Tiktok se consolida como una de las aplicaciones más frecuentes por la población adolescente, debido a su formato basado en videos cortos cómo bailes, retos, tendencias o diferentes contenidos de humor, lo cual convierte a la plataforma en un espacio de difusión masiva en el interés y comportamiento de los adolescentes. Cabe destacar que Tiktok es una de las plataformas más populares entre los adolescentes y jóvenes: El 41% de sus usuarios varían entre los 16 a 24 años (Beer,2020); por ello, resulta relevante analizar cómo esta aplicación interviene en la percepción de la belleza y en la creación de estereotipos en los jóvenes, así que esta red social no solo transforma la forma de comunicación, sino que actúa cómo un espejo digital donde los usuarios proyectan los deseos e inseguridades corporales (Órfao, 2024).

En el contexto local, se desconoce cómo los adolescentes varones interpretan los ideales del cuerpo masculino representados en Tiktok y qué impacto generan al momento de consumir las tendencias del momento. Durante la adolescencia, la imagen corporal se vuelve un eje central de autoevaluación y de construcción de identidad. Carrasco (2023) señala que los adolescentes “tienden a verse influenciados por los contenidos que consumen a diario, generando una percepción distorsionada de su cuerpo en función de modelos irreales” (p. 25). Esta exposición constante puede generar patrones de frustración, ansiedad o insatisfacción con la propia apariencia física. Según Research Center (2024) ‘‘seis de cada diez personas visitan TikTok a diario’’ (p. 2), lo que demuestra la fuerte interacción y dependencia de la aplicación en la rutina de los jóvenes.

El estudio se desarrolla en la Unidad Educativa Natalia Jarrín de Cayambe con adolescentes de

entre 14 a 18 años, un grupo etario altamente expuesto a los entornos digitales que difunden ideales de belleza asociados a los influencers o creadores de contenido. Por ello, la investigación se delimita en Cayambe un espacio pertinente de análisis al no contar con estudios locales que expliquen cómo los adolescentes varones interpretan estos contenidos difundidos a través de esta red social y qué efectos tienen en su autoimagen y en su interacción dentro del entorno escolar que los rodea. El propósito es visibilizar una problemática que, aunque es poco abordada, forma parte del día a día emocional y social de los jóvenes ecuatorianos.

La importancia de esta investigación radica en la necesidad de comprender un hecho actual que incide en la formación identitaria y emocional de los jóvenes. Esta red digital ha ocupado una parte relevante del tiempo de ocio de los jóvenes, que ocasiona un efecto en las actividades diarias cómo la búsqueda de información, la comunicación y el entretenimiento. Sin embargo, una de las principales razones que motivó el desarrollo de esta investigación radica en el incremento del uso de redes sociales entre los adolescentes, quienes con frecuencia utilizan estas plataformas para contrastar su apariencia física y su estilo de vida con los modelos que observan en el entorno digital, situación que favorece la construcción de expectativas relacionadas con la imagen corporal y la aceptación social.

Asimismo, el aumento de comentarios descalificadores que se realizan cuando un usuario no cumple con los estándares ideales impuestos, genera una ola de comentarios negativos. Por lo tanto, la investigación resulta importante en el ámbito educativo, porque permite reconocer cómo Tiktok puede afectar la manera en que los jóvenes se perciben físicamente y a la vez ayuda a fomentar entre los estudiantes un uso más crítico y responsable de estas plataformas digitales.

La presente investigación tiene como objetivo analizar las percepciones de los adolescentes de la Unidad Educativa Natalia Jarrín de Cayambe sobre los ideales del cuerpo masculino promovidos en *TikTok* durante el año 2025. De manera específica, se busca comprender cómo el tipo de material visual que observan a diario influye en la forma en que valoran su cuerpo y definen su identidad física, con el fin de identificar los estereotipos más comunes dentro de la plataforma digital y examinar los elementos comunicacionales que intervienen en la formación de los jóvenes.

Por último, la investigación se sustenta de una estructura a partir de cinco ejes principales que permiten comprender las herramientas conceptuales necesarias para interpretar los resultados y situar el análisis dentro de debates actuales en comunicación social, cultura digital y estudios de género.

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Analizar las percepciones de los adolescentes varones de la Unidad Educativa Natalia Jarrín de Cayambe sobre los ideales del cuerpo masculino difundidos en TikTok durante el año 2025.

Objetivos específicos

1. Identificar los contenidos relacionados con el cuerpo masculino que se difunden en TikTok y son consumidos por los adolescentes varones de la Unidad Educativa Natalia Jarrín de Cayambe.
2. Examinar la percepción que tienen los adolescentes sobre los ideales del cuerpo masculino representados en los contenidos difundidos en TikTok.
3. Describir cómo los adolescentes interpretan la relación entre los contenidos observados en TikTok, la comparación física y la construcción de su autoimagen corporal.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 La comunicación cómo eje central del entorno digital

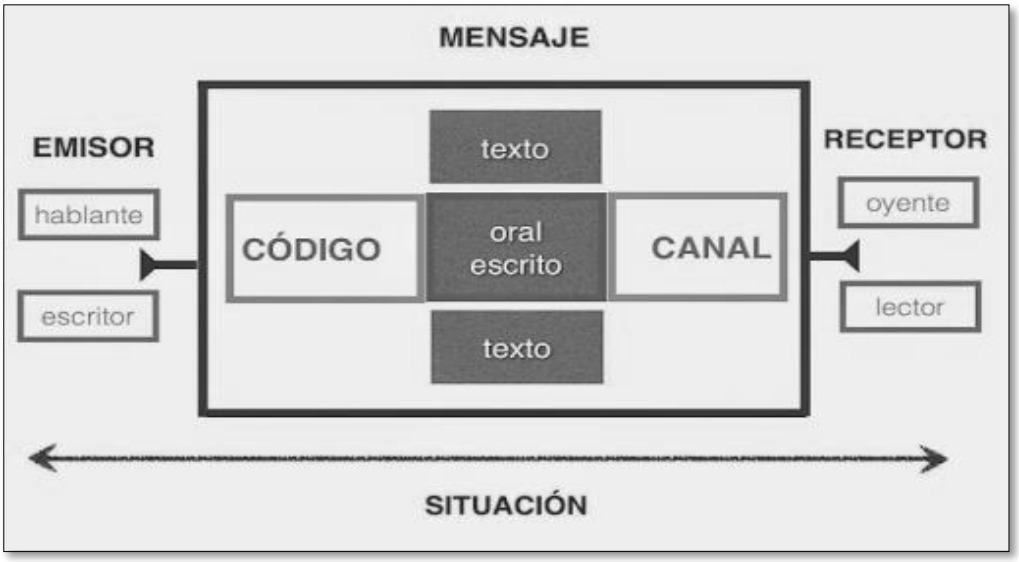
1.1.1 *Concepto y evolución de la comunicación*

Desde la prehistoria, la comunicación constituye una actividad fundamental para los seres humanos entendida cómo el intercambio de información entre dos o más personas entre el emisor y receptor, con el propósito de construir significados compartidos. En las etapas iniciales, la comunicación acompaño al ser humano desde las primeras formas de organización social, desarrollando su forma oral cómo medio de transmisión, la aparición de la imprenta la comunicación adquirió un carácter masivo facilitando la difusión de ideas y relaciones sociales.

Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua, se define a la comunicación cómo la "transmisión de señales mediante un código común al emisor y receptor" (RAE, 2014). Esta perspectiva resalta la importancia del código compartido.

La comunicación se define cómo el desarrollo de vínculos que se construyen entre un emisor y un receptor a través del intercambio de mensajes en un momento y espacio definido para transmitir y compartir ideas, información o conceptos que puedan ser interpretados de manera clara para que ambas partes puedan entender (Rodríguez, 2020).

Figura 1
Elementos clave de la comunicación



Nota: Elaboración de propia Fuente: Obtenido de (García 2021).

Con la llegada del siglo XX, la comunicación dio una vuelta significativa con la creación de la radio y televisión. Estos medios de difusión facilitaron a que la información, entretenimiento y noticias llegaran a varias personas de manera simultánea (Moreno, 2024). Por eso, la radio se

convirtió en un pilar clave para la transmisión de información, mientras que la televisión cambió la forma en que las personas consumían contenido visual, que favoreció la transición de una comunicación unidireccional hacia una comunicación interactiva

Toda comunicación está conformada por un conjunto de elementos que hacen posible el intercambio de información entre las personas. Como menciona Gomes (2020), "la comunicación es la mejor arma de todo ser humano e inclusive nos lleva a obtener el éxito en cualquier nivel, siempre y cuando sea usada de una manera respetuosa y asertiva" (p. 10). Desde esta perspectiva, la comunicación no se limita únicamente a transmitir información, sino que requiere expresar ideas, opiniones, sentimientos y emociones de forma clara entre el emisor y el receptor, permitiendo construir una relación basada en el entendimiento mutuo y el intercambio permanente de significados.

Cabe recalcar que, dentro del ámbito comunicacional, no solo resulta relevante el intercambio de ideas durante el proceso de comunicación, sino también los elementos no verbales que acompañan el mensaje, como las expresiones faciales, los gestos, las posturas y la entonación, ya que estos contribuyen a complementar e interpretar el significado de lo que se comunica (Amaguaña, 2023). Desde esta perspectiva, la comunicación constituye un proceso de interacción en el que los participantes construyen significados de manera conjunta, utilizando recursos verbales y no verbales que favorecen la comprensión del mensaje y fortalecen las relaciones interpersonales.

En conclusión, la comunicación es un elemento fundamental para la sociedad en el desarrollo de la humanidad, ya que experimenta profundos cambios a lo largo del tiempo. Desde las primeras manifestaciones orales y escritas hasta la era digital, los medios de comunicación evolucionaron de manera drástica adaptándose a las necesidades de la sociedad. Este cambio permitió la facilidad de llegar la información a más personas de una forma rápida y eficiente.

1.1.2 *La comunicación digital en la actualidad*

En los últimos años, la humanidad ha sido testigo de profundas transformaciones en la manera en que las personas acceden a la información y se comunican, impulsadas por el desarrollo de las tecnologías digitales y el crecimiento de las redes sociales, las cuales modificaron los procesos comunicativos y ampliaron las posibilidades de interacción entre los usuarios. La digitalización transformó los medios tradicionales, renovando no solo la forma en que se producen y difunden las noticias, sino también la manera en que estas son interpretadas, compartidas e incorporadas dentro de la vida cotidiana.

Durante gran parte del siglo XX, los medios de comunicación, especialmente la televisión y la radio, concentraron la difusión de la información mediante un modelo caracterizado por la transmisión de mensajes desde un emisor hacia una audiencia amplia, con escasas posibilidades de retroalimentación. La expansión de internet modificó este escenario al facilitar el acceso inmediato a la información y favorecer una comunicación más dinámica e interactiva, donde los usuarios dejaron de desempeñar un papel exclusivamente receptivo para participar

activamente en la producción, circulación e intercambio de contenidos (Escobar Salazar, 2014). Esta transformación también impulsó a los medios tradicionales a replantear sus estrategias de comunicación para responder a un entorno marcado por la inmediatez y la interacción permanente.

En el siglo XXI, la comunicación digital continúa evolucionando como resultado de los avances tecnológicos y de la creciente incorporación de plataformas digitales en la vida cotidiana. La posibilidad de acceder a información desde cualquier lugar y en tiempo real transformó las dinámicas de producción y difusión de contenidos, lo que obligó a los medios de comunicación a adaptar sus modelos de funcionamiento frente a las nuevas formas de consumo informativo (Chaves et al., 2025). Mientras algunas organizaciones lograron consolidar su presencia en el entorno digital, otras enfrentaron dificultades para responder a estas nuevas exigencias, reflejando que la expansión de internet y de las redes sociales redefinió de manera significativa los procesos y las prácticas comunicacionales.

Tabla 1
Tipos de comunicación

Tipos de comunicación	**Usos**
Comunicación sincrónica	Se produce en tiempo real, permitiendo interactuar Videoconferencias Mensajería instantánea
Comunicación asincrónica	No necesita interactuar al mismo tiempo Correos electrónicos Foros en línea y Grupos de discusión
Redes sociales	Plataformas digitales donde los usuarios comparten contenido Facebook/ Instagram/ Tiktok/ X
Blogs y redes sociales	Contenido detallado sobre diversos temas Blogs personales Sitios web corporativos
Podcast	Programas de audio donde los usuarios puedes escuchar y descargar en cualquier momento.

Nota: Elaboración propia basado Fuente: (Mendez,2024)

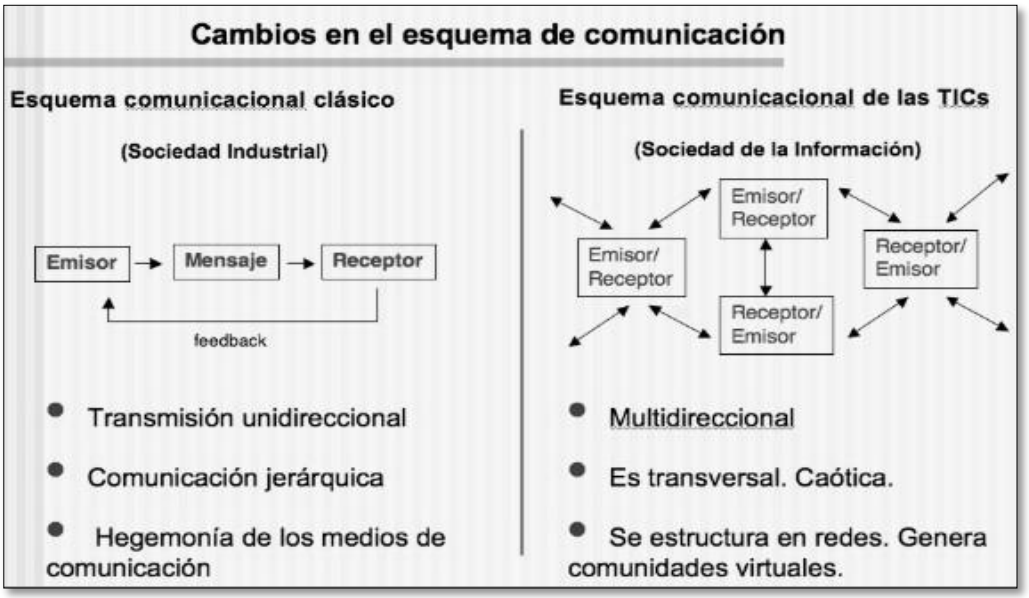
No obstante, esta generalización de información también conlleva a nuevos retos. En el ritmo en que se distribuye el contenido, favoreció la difusión de noticias falsas o llamadas Fake News creando así un ambiente mediático donde se pone en duda constantemente la veracidad de lo que se informa. Las redes sociales en su intento de aumentar el *engagment* a menudo favorecen

el contenido viral por encima del verdadero, lo cual agrava la situación.

La comunicación digital es el proceso de intercambio de información, mensajes e ideas mediante tecnologías y sitios web. Implica la transmisión y recepción de datos a través de dispositivos y redes electrónicas. Estos medios digitales permiten la interacción en tiempo real, la mensajería instantánea, las videoconferencias y el intercambio de contenido multimedia a grandes distancias (Díaz, 2020).

Figura 2

Cambios de la comunicación tradicional a la era digital

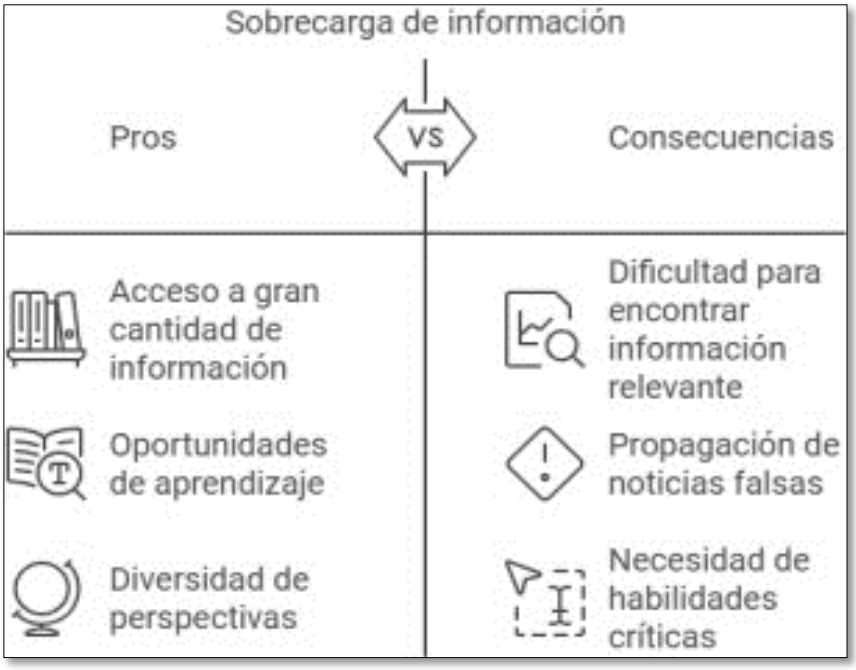


Nota: Elaboración propia Fuente*:* Cambios de la comunicación tradicional Scolari (2008)

La perspectiva del mundo real, ahora es un nuevo paradigma que difunde todo pensamiento, ilusión, vínculo con el presente y lo lleva a las interconexiones online de la Web 2.0. Cómo menciona el autor Scolari hace referencia a la comunicación digital: La aparición de una nueva generación de medios digitales interactivos, ya no basados en la lógica del *broadcastingsino* en un modelo comunicacional totalmente innovador fundado en las redes y la colaboración de los usuarios, está desafiando nuestro conocimiento sobre los viejos medios de comunicación de masas. Ahora con la expansión del internet y la aparición de las redes sociales cómo Facebook, X, Tiktok e Instagram el panorama de los medios se modificó de manera sustancial (Scolari, 2008).

Estas plataformas no solo facilitaron que los usuarios compartieran contenido, sino que también otorgaron voz a millones de personas que antes no podían acceder a los medios convencionales. La comunicación evolucionó por lo cual, permite que las audiencias participen de manera activa en la creación y circulación de noticias.

Figura 3
Desafíos de la comunicación digital



Nota: Elaboración propia Fuente**:** Adaptado de Camargo (2023)

La comunicación en el entorno digital plantea nuevos desafíos relacionados con la gestión de la información, la interacción entre los usuarios y el uso responsable de las plataformas tecnológicas, aunque también amplía las posibilidades de acceso al conocimiento y de intercambio comunicativo. Frente a este escenario, resulta necesario fortalecer el pensamiento crítico, el respeto por la privacidad y el uso responsable de los medios digitales, con el propósito de aprovechar sus beneficios y reducir los efectos que pueden derivarse de un consumo inadecuado de la información.

De este modo, se puede potenciar cómo los desafíos en la comunicación acerca de las interacciones virtuales y al mismo tiempo minimizar las limitaciones inherentes lo que favorece la construcción de un ecosistema digital más ético y beneficioso para la colectividad (Camargo, 2023).

1.1.3 *Modelos de comunicación digital*

Los modelos de comunicación ayudan a entender cómo se desarrolla el proceso comunicativo y los elementos involucrados en la transmisión de mensajes. Examina la relación entre emisores, receptores, canales y efectos por medio de estos paradigmas teóricos. Esto hace más fácil la interpretación de las dinámicas comunicativas en varios contextos sociales. De este modo, este tipo de modelos reconocen la interacción constante cómo un rasgo central del proceso comunicativo.

Para comprender esta transformación resulta necesario revisar los modelos clásicos que sentaron las bases del estudio de la comunicación de masas. Entre ellos, el modelo desarrollado por Lasswell (1948) explica el proceso comunicativo mediante cinco preguntas fundamentales: quién comunica, qué mensaje transmite, a través de qué canal, a quién se dirige y con qué efecto, elementos que permiten analizar la estructura y el alcance de la comunicación (Guzmán Martínez, 2020).

Esta propuesta concibe la comunicación como un proceso lineal en el que un emisor transmite un mensaje hacia una audiencia con escasas posibilidades de participación, razón por la cual su aplicación resulta especialmente útil para comprender el funcionamiento de medios tradicionales como la radio, la televisión y la prensa escrita, donde la retroalimentación del público era limitada o, en algunos casos, inexistente.

Con el desarrollo del internet y de los espacios digitales, esta lógica comunicativa comenzó a mostrar importantes limitaciones; sin embargo, la comunicación digital se desarrolla en redes interconectadas que favorecen la participación, colaboración y producción compartida de contenidos. Tal como señala Yadizi (2023) los medios digitales interactivos ya no responden a la lógica del broadcasting sino a un modelo comunicacional basado en la interacción entre usuarios; por lo tanto, los modelos de comunicación digital incorporan la influencia de las plataformas y las dinámicas internas las cuales condicionan visibilidad de los mensajes y la construcción de significados.

Tabla 2
Modelos de comunicación en la era digital

Dimensión	**Modelos clásicos**	**Modelo digital**
Dirección del proceso	Lineal y unidireccional	Multidireccional e interactiva
Rol del emisor	Centralizado	Compartido
Rol del receptor	Pasivo	Activo
Retroalimentación	Limitada	Continua
Medio principal	Medios tradicionales	Plataformas digitales
Construcción de significado	Predeterminada	Colaborativa

Nota: Elaboración propia. Fuente Herrera (2020)

Los modelos de comunicación digital permiten comprender que el proceso comunicativo dejó de desarrollarse únicamente entre un emisor y un receptor para convertirse en un espacio de interacción continua, donde los usuarios participan activamente en la producción, difusión e intercambio de contenidos dentro de un entorno cada vez más interconectado.

1.1.4 *Interpretación de mensajes digitales (Stuart Hall)*

En la actualidad, la interpretación de estos mensajes en los medios digitales es un proceso activo en el que las audiencias crean significados a partir de lo que consumen cómo contenido mediático. Esta idea se basa en el modelo de codificación y decodificación del autor Stuart Hall quien sostiene que "los mensajes no tienen ningún significado, sino que son generados dentro de marcos culturales específicos y luego interpretados por los receptores según su contexto social" (2004, p. 325).

La Teoría de la Representación propuesta por Stuart Hall plantea que los significados no existen de forma natural en los objetos, imágenes o discursos, sino que son construidos socialmente mediante sistemas de representación que permiten producir y compartir sentidos dentro de una cultura determinada; por lo que, las imágenes difundidas en medios digitales no actúan únicamente cómo reflejos de la realidad, sino cómo construcciones simbólicas que transmiten valores, ideales y normas sociales. Aplicada al entorno de TikTok, esta perspectiva permite comprender que los contenidos audiovisuales relacionados con el cuerpo masculino exhiben determinadas apariencias físicas y comunican mensajes asociados al éxito, aceptación, atractivo y reconocimiento social, que contribuyen a consolidar imaginarios estéticos que pueden influir en la manera en que los adolescentes interpretan y valoran su propia corporalidad (Mahon, 2021).

La teoría de Stuart Hall sobre codificar y decodificar se aplica directamente a la interpretación de mensajes al romper con la idea de una comunicación lineal y transparente donde los emisores en este caso los creadores de contenido en las redes sociales codifican los mensajes con un "significado preferido", el cual está influenciado por estructuras culturales dominantes (Mambrol, 2020).

En la fase de codificación, los emisores crean los mensajes empleando códigos culturales determinados que influyen el lenguaje, las imágenes, ideologías y valores con el objetivo de guiar la interpretación hacia un sentido preferido o predominante (Hall, 2004). No obstante, este significado no se establece de forma absoluta en el mensaje dado que el discurso mediático no es ni univoco ni transparente.

En la decodificación, el receptor interpreta y reconstruye el significado del mensaje a partir de sus propios códigos culturales, los cuales se encuentran influenciados por factores como la clase social, la etnia, el género y las experiencias personales. Desde esta perspectiva, Hall sostiene que la interpretación del mensaje depende del grado de correspondencia entre los códigos compartidos por el emisor y el receptor, aspecto que Gonzales (2019) retoma al explicar que las diferencias socioculturales pueden generar distintas formas de comprensión e interpretación del contenido. A partir de ello, Hall plantea tres posiciones de decodificación que explican la manera en que las audiencias interpretan los mensajes mediáticos.

Plantea que la interpretación de los mensajes puede desarrollarse desde tres posiciones: la

primera corresponde a la posición dominante, en la que el receptor acepta el significado propuesto por el emisor; la segunda es la posición negociada, donde el mensaje es aceptado de manera parcial y adaptado según las experiencias, valores y contexto de quien lo recibe; por último, la posición oposicional se presenta cuando el receptor rechaza el significado predominante y construye una interpretación diferente a partir de sus propios referentes culturales y sociales.

De esta manera, el modelo propuesto por el autor redefine la interpretación de los mensajes destacando el rol activo de las audiencias y demostrando que el significado es siempre el resultado de una negociación entre el contexto social del receptor y el texto, lo cual transforma a la comunicación en un ámbito de disputa simbólica y cultural.

1.2 Redes sociales un espacio de interacción e influencia de adolescentes

1.2.1 *Redes sociales: definición y contexto*

Para comprender el papel que cumplen las redes sociales en la comunicación, es necesario partir de su definición y del contexto digital en el que se desarrollan. Estos medios surgen cómo resultado de la evolución del internet y de las nuevas formas de interacción mediadas por la tecnología.

Muñoz (2024) define que “las redes sociales son espacios en línea donde las personas crean perfiles públicos para conectarse y compartir información con otros” (p. 22); es decir, estas plataformas generan un vínculo entre los usuarios que permite establecer diferentes formas de interactuar el uno con el otro.

Por otro lado, “las redes sociales son sitios de internet que permiten integrar a personas conectadas entre sí donde pueden llegar a establecer distintos tipos de relaciones cómo: amistad, parentesco, trabajo, relaciones amorosas, así como también intercambiar información en cuanto a noticias o de algún interés en común” (Carlos, 2020, p.19).

Ahora en la actualidad, las redes sociales se enmarcan dentro de la dominada Web 2.0 entendida como una forma de interacción digital que permite el intercambio de información entre personas, grupos e instituciones (Prieto, Barrero & Manzo, 2015). La proliferación de las redes sociales cambió de forma exponencial la manera en cómo las personas interactúan, comunican y se vinculan en la época actual de los jóvenes. Estos medios digitales se convirtieron en una parte esencial de nuestra vida cotidiana, al influenciar en diversos aspectos sociales, culturales y comunicativos.

Por otro lado, Ramiro (2024) menciona que el crecimiento de las redes sociales fue transformando la manera en que se relacionan las personas y perciben la realidad, que genera entornos en donde la comparación social y la búsqueda de validación externa se vuelven más comunes. Este mundo virtual puede resultar tanto beneficioso cómo perjudicial para la

autoestima de los adolescentes dependiendo la forma en que utilicen estas plataformas.

Una red se define como un conjunto de nodos interconectados. Si bien es cierto las redes sociales son parte de la actividad humana al facilitar la interacción entre individuos dentro de entornos digitales. En la actualidad, estas estructuras se fortalecieron a partir del desarrollo de las TIC, sobre todo el internet se caracteriza por su capacidad de adaptarse a un espacio que cambia de forma constante permitiendo una comunicación global y horizontal (Castells, 2020, p. 15).

Figura 4
Las redes sociales más usadas en el Ecuador



Red Social	Usuarios Septiembre 2024	Usuarios Febrero 2025
TikTok	14,305,000.00	15,560,000.00
Instagram	6,900,000.00	7,200,000.00
Facebook	8,800,000.00	7,000,000.00
Audience Network	6,400,000.00	6,900,000.00
LinkedIn	5,000,000.00	5,300,000.00
Spotify	3,000,000.00	4,400,000.00
X (Twitter)	1,900,000.00	1,800,000.00
Messenger	643,800.00	600,900.00

Nota: Elaboración propia Fuente: tomado de (Mentinno, 2025)

La expansión de las redes sociales constituye uno de los fenómenos más representativos de la comunicación digital contemporánea, debido a que adultos, jóvenes y adolescentes participan activamente en entornos virtuales donde desarrollan múltiples formas de interacción. Estas plataformas facilitan el intercambio de fotografías, videos, mensajes, videollamadas y otros recursos comunicativos que fortalecen las relaciones interpersonales y amplían las posibilidades de acceso a la información y al entretenimiento. A pesar de estos beneficios, el incremento de su uso también ha despertado preocupación por las consecuencias asociadas al consumo excesivo, especialmente cuando la utilización de estas herramientas ocurre sin reconocer los riesgos que pueden afectar la vida personal y las relaciones sociales.

1.2.2 *Características y clasificación de las redes sociales contemporáneas*

Las redes sociales contemporáneas presentan una serie de rasgos que permiten comprender su

funcionamiento dentro del entorno digital y su relevancia en los procesos comunicacionales actuales. Por ello, estos medios se caracterizan por facilitar la interacción constante entre los usuarios y por promover dinámicas comunicativas basadas en la participación activa siendo los nuevos escenarios, donde las personas mantienen o construyen relaciones interpersonales.

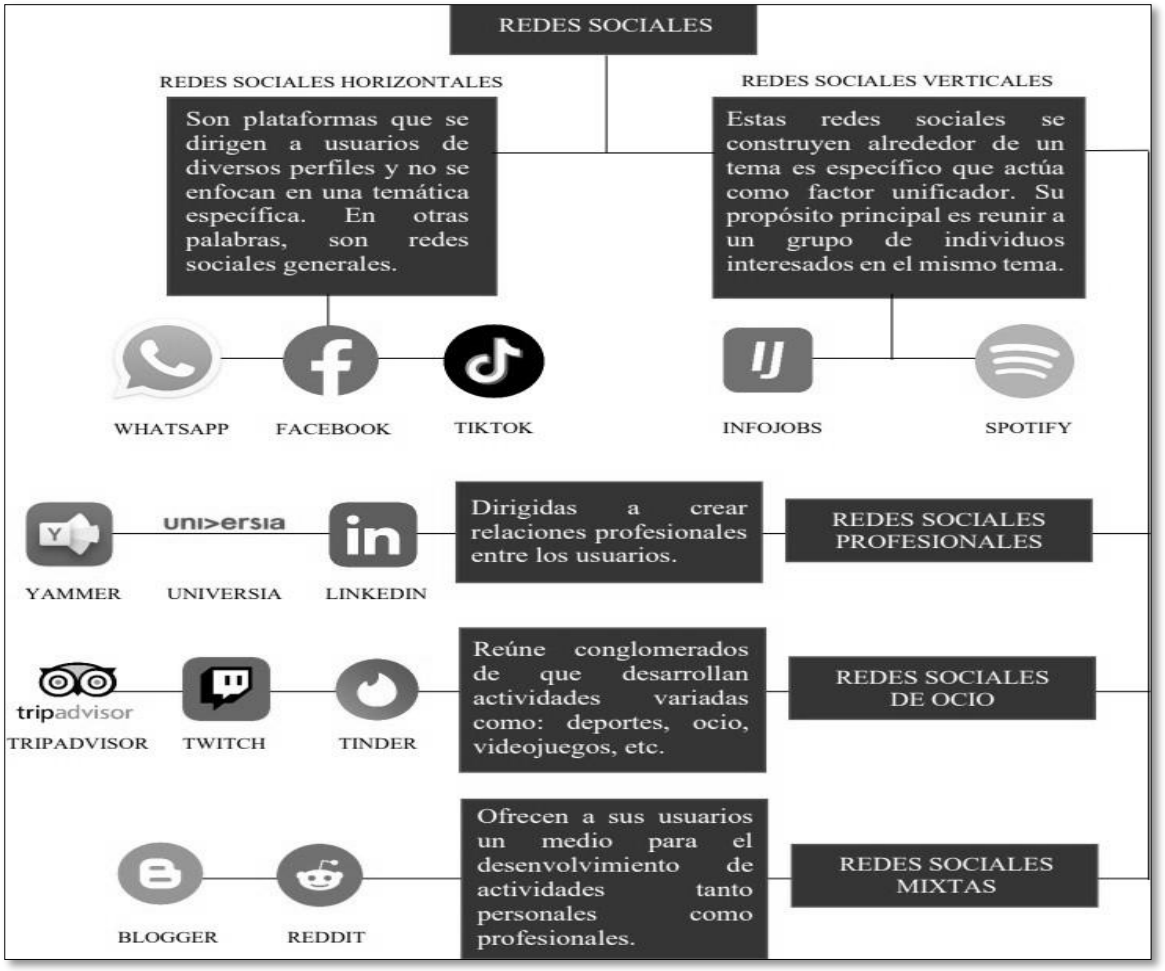
En los últimos años, las redes sociales impulsaron un desarrollo significativo debido a la variedad de medios tecnológicos que hicieron que sea parte de la vida de cada individuo. Sin embargo, las redes sociales se distinguen particularmente por permitir la comunicación y la interacción de las personas, así como la creación de grupos, comunidades o páginas (Oscar, 2025).

Diversos autores coinciden en que las redes sociales presentan características que explican su amplia aceptación y constante crecimiento dentro del entorno digital. Entre las más relevantes destacan la interacción social en tiempo real, que facilita la comunicación inmediata entre los usuarios; la creación de comunidades con intereses comunes, la inmediatez en la difusión y el acceso a la información, la integración de diversos formatos de contenido como texto, imágenes, audio y video, así como su alcance global, el cual permite establecer vínculos e intercambiar información entre personas ubicadas en diferentes contextos geográficos.

A partir de estas características, las redes sociales constituyen espacios de interacción que favorecen el intercambio de información, la comunicación y la conformación de comunidades con intereses compartidos (Llonch, 2025). Estas plataformas ofrecen la posibilidad de participar en debates, acceder a información actualizada e integrarse en comunidades organizadas en torno a intereses específicos, como ocurre con las *fans pages*. En este sentido, Endara (2025) señala que el propósito de las redes sociales consiste en integrar al mayor número posible de usuarios mediante herramientas que incentivan su participación y permanencia dentro de las plataformas (p. 26). Esta característica explica el crecimiento sostenido de estos espacios digitales y su importancia como escenarios de interacción, comunicación y difusión de contenidos.

Las redes sociales no presentan las mismas características ni responden a los mismos propósitos, debido a que cada una está orientada a públicos e intereses específicos. Conocer su clasificación permite comprender con mayor precisión su funcionamiento y seleccionar la plataforma que mejor responda a las necesidades de los usuarios, tanto en el ámbito personal como en el profesional e institucional. Desde esta perspectiva, el conocimiento de las características de cada red social favorece un uso más consciente del entorno digital y contribuye a elegir las herramientas más adecuadas de acuerdo con los objetivos de comunicación y las posibilidades que ofrece un entorno tecnológico en permanente evolución (Endara, 2025).

Figura 5
Clasificación y características de las redes sociales



Nota: Elaboración propia Fuente: tomado de (2024).

Esta clasificación refleja la diversidad de funciones y formas de interacción que caracterizan a las redes sociales dentro del entorno digital. Entre ellas se encuentran las redes sociales horizontales, cuya principal característica consiste en no estar dirigidas a una temática o grupo específico de usuarios, lo que favorece la participación de públicos con intereses diversos. Estas plataformas permiten publicar y difundir distintos tipos de contenidos, como fotografías, videos, opiniones y enlaces, sin limitar la comunicación a un tema determinado (Endara, 2024). Dentro de esta categoría se incluyen Facebook, TikTok, Instagram, X y YouTube, plataformas que reúnen a millones de usuarios y facilitan la difusión de información hacia audiencias amplias mediante dinámicas de interacción abiertas y permanentes.

Las redes sociales verticales reúnen a usuarios que comparten intereses, actividades o necesidades comunes, razón por la cual su contenido se orienta hacia temas específicos y favorece una interacción más especializada entre sus integrantes. Aunque concentran un número menor de usuarios que las redes horizontales, destacan por el grado de afinidad existente entre quienes participan en ellas y por la calidad de las interacciones que generan. Entre las plataformas más representativas se encuentran LinkedIn, orientada al ámbito profesional y empresarial, y Twich, especializada en transmisiones en directo, especialmente relacionadas con videojuegos y creación de contenido audiovisual. Estas características

convierten a las redes verticales en espacios adecuados para establecer vínculos, intercambiar conocimientos y difundir información dirigida a públicos con intereses claramente definidos.

1.2.3 *Impacto sobre el uso de redes sociales en la adolescencia*

La influencia de las redes sociales en la adolescencia responde a la capacidad que poseen estas plataformas para intervenir en procesos de socialización, construcción identitaria y validación interpersonal durante una etapa caracterizada por profundos cambios físicos, emocionales y sociales, por lo que su impacto trasciende el entretenimiento y alcanza dimensiones vinculadas con la autopercepción y el sentido de pertenencia. En estos entornos digitales, los adolescentes no solo consumen información, también observan modelos de comportamiento, estilos de vida y referentes estéticos que pueden convertirse en parámetros de comparación y aceptación social, que generan dinámicas donde la aprobación externa mediante visualizaciones, comentarios o interacciones adquiere un valor significativo, situación que puede influir en la manera en que interpretan su imagen corporal, desarrollan su autoestima y construyen su identidad dentro de un contexto mediado por contenidos altamente visuales y algoritmos de recomendación (Keles, 2020).

En la sociedad actual, las redes sociales ocupan un lugar relevante en la vida cotidiana de las personas, debido a que influyen en la forma en que se comunican, establecen relaciones interpersonales e interactúan dentro de los entornos digitales. La expansión de plataformas como Facebook, TikTok, Snapchat e Instagram transformó las dinámicas de interacción social, especialmente entre los adolescentes, quienes atraviesan una etapa de desarrollo emocional, social y académico que los hace más receptivos a los contenidos y modelos difundidos en estos espacios digitales.

Las tecnologías digitales forman parte de la vida cotidiana y han modificado de manera significativa la forma en que las personas acceden a la información, se comunican y desarrollan sus actividades diarias. Herramientas como el correo electrónico, WhatsApp, los motores de búsqueda y las redes sociales transformaron las dinámicas de interacción y comunicación, hasta convertirse en recursos habituales dentro de distintos ámbitos de la sociedad (Fernández, 2015). En este contexto, los adolescentes fortalecen progresivamente sus competencias digitales como respuesta a un entorno caracterizado por la constante evolución tecnológica.

La interacción frecuente con plataformas digitales también puede influir en el bienestar emocional de los adolescentes, especialmente cuando la exposición permanente a determinados estilos de vida favorece procesos de comparación que afectan la valoración de la propia imagen. Del mismo modo, indicadores de interacción como los "me gusta" y los comentarios adquieren relevancia como formas de reconocimiento social, situación que puede influir en la autoestima y en la percepción personal durante esta etapa del desarrollo (Espinoza, 2024).

El crecimiento de plataformas como Kick, Twich y TikTok Live amplió las alternativas de entretenimiento disponibles para los jóvenes mediante transmisiones en directo y contenidos

adaptados a distintos intereses. Esta diversificación del consumo digital modificó la forma en que los adolescentes seleccionan y utilizan los medios de comunicación, permitiendo una experiencia más personalizada de acuerdo con sus preferencias y hábitos de consumo.

Estudios recientes evidencian que el uso intensivo de las redes sociales también influye en las formas de comunicación de los adolescentes, favoreciendo la incorporación de nuevos códigos, ritmos y dinámicas de interacción propias del entorno digital (Enríquez et al., 2024). Estas transformaciones se reflejan en intercambios comunicativos cada vez más inmediatos, breves y orientados hacia la rapidez en la circulación de los contenidos.

El uso frecuente de redes sociales también ha transformado las relaciones interpersonales y los procesos de comunicación dentro del entorno digital. Plataformas como Instagram, TikTok y Facebook modificaron la manera en que los usuarios interactúan, producen contenidos y establecen vínculos con otras personas. De acuerdo con Statista (2021), la participación en estas plataformas mantiene una tendencia creciente, siendo TikTok una de las aplicaciones con mayor aceptación entre usuarios de distintas edades.
En el caso de los adolescentes, estos espacios digitales también funcionan como escenarios donde circulan modelos de comportamiento, estilos de vida y representaciones sociales que pueden influir en la construcción de la identidad, aspecto especialmente relevante para comprender la manera en que interpretan los mensajes y referentes difundidos a través de TikTok.

1.2.4 *Riesgos y efectos de las redes sociales en la adolescencia*

El uso frecuente de las redes sociales puede generar riesgos psicosociales en la etapa de la adolescencia, en relación con el tipo de contenido al que están expuestos. Según Cerda (2024) varios estudios demostraron que la exposición variada a contenido inapropiado y la comparación constante con otros usuarios pueden incidir en la imagen corporal y salud mental de los jóvenes.

En relación con la circulación de contenidos, las redes sociales favorecen la exposición constante mensajes visuales y narrativas seleccionadas que afectan su percepción de la realidad social; por ello, Body (2014) indica que “los adolescentes emplean las redes sociales cómo medios para negociar la identidad, la visibilidad y el sentido de pertenencia dentro de las audiencias en línea” (p. 8). Esta dinámica transforma a las plataformas en espacios donde se consolidan patrones de comunicación que tienen como base la validación social y la exhibición de la vida personal.

De esta manera, el informe de la UNESCO menciona que los adolescentes socializan cada vez más por medio de las redes sociales. Sin embargo, las plataformas que funcionan mediante algoritmos suelen incrementar su exposición a los estereotipos de género. Al diseñar estas plataformas se deben considerar aspectos éticos. Esta exposición frecuente de contenidos dañinos genera efectos también en el ámbito académico, dificultando su concentración de

aprendizaje y teniendo nuevos hábitos de verse a sí mismo.

La evidencia científica señala que el uso prolongado de las redes sociales puede asociarse con alteraciones en el bienestar emocional de los adolescentes, especialmente cuando el tiempo de exposición no mantiene un equilibrio ni cuenta con acompañamiento familiar o educativo. En este sentido, Martínez (2023) sostiene que los adolescentes que utilizan estas plataformas durante más de tres horas diarias presentan una mayor probabilidad de desarrollar ansiedad o depresión, situación que adquiere mayor relevancia entre quienes consumen de forma intensiva contenidos difundidos en Instagram y TikTok relacionados con modelos corporales idealizados. Estos hallazgos permiten comprender que la exposición constante a este tipo de contenidos puede influir tanto en el desarrollo emocional como en la percepción que los adolescentes construyen sobre sí mismos.

Ante este escenario, resulta necesario fortalecer el uso crítico y responsable de los entornos digitales mediante acciones que favorezcan la reflexión sobre los contenidos consumidos y promuevan hábitos de navegación equilibrados. Este tipo de estrategias puede contribuir a reducir los efectos asociados con la exposición permanente a modelos poco realistas y favorecer un desarrollo psicosocial más saludable durante la adolescencia.

1.2.5 *Construcción de los cánones de belleza en las redes*

El ideal de belleza masculino ha experimentado transformaciones como consecuencia de los cambios sociales, culturales y tecnológicos que caracterizan a la sociedad contemporánea. Los cánones de belleza responden a las particularidades de cada época y contexto cultural, condicionando la manera en que se define y valora la apariencia física, especialmente en el caso de los hombres (Martín Llaguno, 2020). Desde esta perspectiva, la belleza puede entenderse como el conjunto de atributos físicos y simbólicos que una sociedad considera deseables de acuerdo con sus referentes culturales y sociales.

Castro (2023) sostiene que la belleza constituye un constructo social influenciado por factores históricos, culturales, morales y ambientales, razón por la cual los criterios que definen una apariencia considerada atractiva varían según el contexto y la época (p. 3). La expansión de los medios digitales incrementó la circulación de estos referentes estéticos mediante redes sociales, televisión, cine y otras plataformas de comunicación, lo que favoreció una mayor difusión de modelos corporales que alcanzan amplios sectores de la población.

Las redes sociales desempeñan un papel importante en este proceso al difundir imágenes y contenidos que, con frecuencia, presentan ideales corporales homogéneos asociados con determinados atributos físicos. La utilización de filtros, herramientas de edición y recursos audiovisuales contribuye a proyectar representaciones alejadas de la apariencia cotidiana, circunstancia que puede influir en la manera en que los adolescentes valoran su propio cuerpo y construyen sus expectativas respecto a la imagen física.

Mara (2024) señala que las redes sociales difunden estándares estéticos mediante contenidos elaborados por creadores digitales que utilizan recursos tecnológicos para modificar su apariencia, favoreciendo procesos de comparación que pueden afectar la percepción corporal de los jóvenes (p. 13). Esta situación evidencia que los estereotipos de belleza no solo responden a características físicas determinadas, sino también a representaciones visuales que adquieren legitimidad dentro del entorno digital y terminan influyendo en la forma en que las personas interpretan su propia imagen.

Los algoritmos de las plataformas digitales también intervienen en la difusión de estos contenidos al priorizar publicaciones acordes con los intereses y preferencias de cada usuario. Como resultado, las audiencias reciben mensajes diferenciados que refuerzan determinados modelos corporales y estilos de vida según sus características e intereses. En plataformas como TikTok predominan contenidos relacionados con rutinas de ejercicio, cambios físicos y estilos de vida asociados con la masculinidad, elementos que contribuyen a consolidar referentes corporales ampliamente difundidos entre los adolescentes.

1.2.6 *Arquetipos visuales y narrativo en las redes sociales*

Los arquetipos corresponden a modelos simbólicos que representan rasgos de personalidad, figuras, experiencias o situaciones reconocibles dentro de distintas culturas. Carl Jung los vinculó con estructuras presentes en la psique humana, mientras que Luz Carmen (2024) los define como representaciones mentales o gráficas de carácter simbólico y dinámico, capaces de dar origen a alegorías y mitos (p. 24). Esta concepción permite entenderlos como patrones que adquieren sentido a través de personajes, emociones, relatos e imágenes recurrentes.

Jung (1995) sostiene que los arquetipos surgen del inconsciente colectivo y se manifiestan mediante símbolos, imágenes y narraciones compartidas entre diferentes grupos culturales. Estas estructuras también aparecen en los entornos digitales, donde las redes sociales difunden representaciones breves mediante fotografías, videos y relatos que condensan significados reconocibles para las audiencias, lo que facilita su identificación y repetición dentro de la comunicación contemporánea.

En las redes sociales pueden observarse arquetipos visuales y narrativos vinculados con la superación personal, la creatividad, el cuidado, la autenticidad, el deseo y la pertenencia. Greenberg (2021) señala que estas figuras aparecen en imágenes asociadas con el éxito, procesos creativos, vínculos emocionales y experiencias cotidianas compartidas en las plataformas digitales. Su presencia organiza parte de los contenidos y orienta la interpretación de los usuarios frente a determinados modelos de comportamiento.

El carácter universal de los arquetipos radica en su capacidad para representar pautas humanas reconocibles y despertar respuestas emocionales en quienes los observan. Dentro de las redes sociales, esta función permite que ciertas imágenes y relatos adquieran valor simbólico, se relacionen con experiencias personales y contribuyan a la formación de referentes sobre

identidad, comportamiento y aceptación social.

1.3 Tiktok cómo plataforma de comunicación e influencia estética

1.3.1 *Auge y expansión global del TikTok*

TikTok fue lanzada internacionalmente en 2018 tras la integración de las plataformas Douyin y Musical.ly, hecho que marcó el inicio de una rápida expansión dentro del mercado de las redes sociales. En pocos años alcanzó una elevada aceptación entre adolescentes y adultos jóvenes, convirtiéndose en una de las plataformas digitales con mayor crecimiento a nivel mundial.

De acuerdo con Statista (2020), durante ese periodo concentró una importante participación de usuarios en distintos países, mientras que, durante la pandemia por COVID-19, incrementó de forma considerable su número de descargas y consolidó su presencia entre las aplicaciones con mayor uso. Anderson (2020) señala que, para 2021, TikTok ya figuraba entre las redes sociales más utilizadas y había superado los cien millones de usuarios activos mensuales, reflejando el rápido crecimiento de la plataforma dentro del entorno digital.

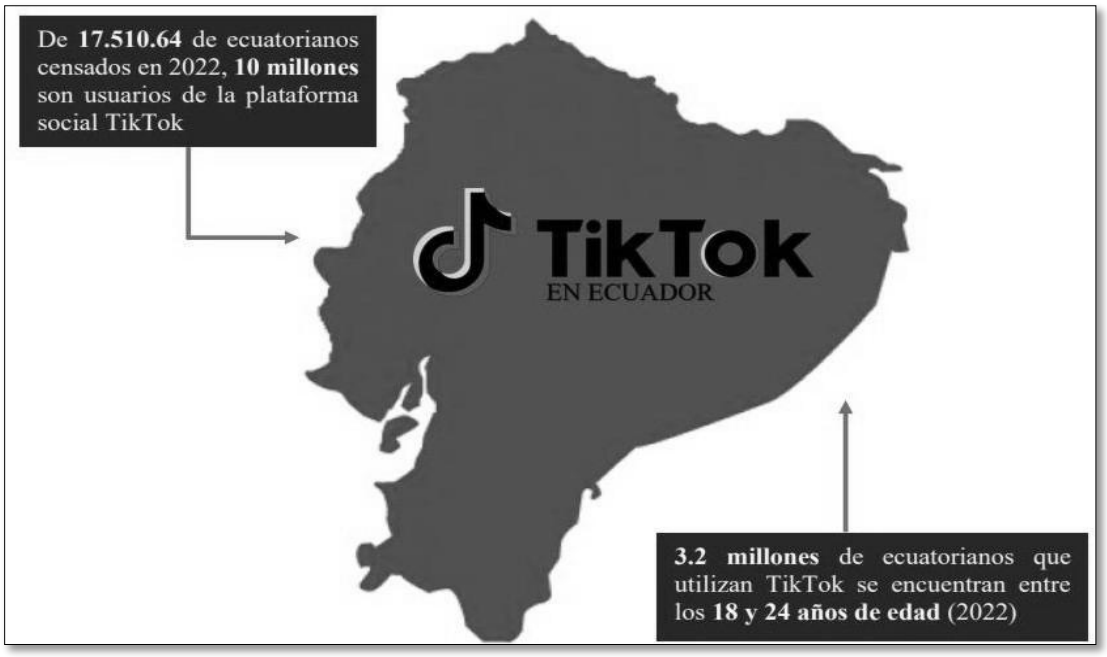
Más allá de su función como espacio de entretenimiento, TikTok constituye un medio de comunicación digital que facilita la creación, difusión e intercambio de contenidos audiovisuales entre sus usuarios. Montag (2021) sostiene que la plataforma favorece la interacción mediante herramientas que permiten producir y compartir videos de corta duración, característica que ha fortalecido los procesos de comunicación dentro de las comunidades digitales. En el caso de los adolescentes, estas posibilidades de interacción han convertido a TikTok en un espacio donde comparten experiencias, construyen relaciones sociales y participan en dinámicas comunicativas propias de su generación.

Colcha (2023) explica que la aceptación alcanzada por TikTok entre el público joven responde a las características de sus contenidos y a la forma en que estos se adaptan a los intereses de sus usuarios. La combinación de videos breves, recursos audiovisuales y recomendaciones personalizadas favorece una experiencia de consumo dinámica, aspecto que contribuye a mantener el interés de los adolescentes y facilita su identificación con los contenidos que circulan dentro de la plataforma.

Monard y Argudo (2023) indican que TikTok concentra una elevada participación de usuarios pertenecientes a la generación Z y a los millennials, especialmente entre quienes tienen entre 18 y 24 años, grupo que representa una proporción importante de su audiencia (p. 20). Esta realidad evidencia que la plataforma mantiene una estrecha relación con las formas actuales de consumo digital de los jóvenes, quienes encuentran en este espacio contenidos adaptados a sus intereses, hábitos de comunicación y preferencias de entretenimiento.

La creciente aceptación de TikTok también se relaciona con la diversidad de contenidos que ofrece y con las posibilidades de interacción que brinda a sus usuarios. LaHora (2023) señala que la plataforma reúne materiales de carácter informativo, educativo y recreativo, situación que amplía su alcance más allá del entretenimiento y explica su permanencia como una de las redes sociales de mayor preferencia entre las generaciones más jóvenes.

Figura 6
Tiktok en Ecuador



Nota: Elaboración propia Fuente: Datos tomados de (INEC, 2023).

TikTok constituye una de las plataformas digitales con mayor crecimiento a escala mundial, tendencia que también se refleja en Ecuador. De acuerdo con el informe Estado Digital Ecuador 2025, elaborado por Mentinno (2025), la aplicación desarrollada por Byte Dance registra alrededor de 14,26 millones de usuarios en el país, cifra que evidencia su amplia presencia dentro del ecosistema digital ecuatoriano y su importancia como espacio de interacción, entretenimiento y circulación de contenidos.

El alcance alcanzado por esta plataforma responde a las características de su funcionamiento, entre las que destacan la difusión de videos de corta duración, la personalización de contenidos mediante algoritmos y las posibilidades de interacción entre los usuarios. Pujota (2024) señala que estos elementos favorecen una experiencia de consumo ajustada a los intereses de cada persona, aspecto que ha fortalecido la presencia de TikTok dentro de las dinámicas comunicativas actuales y explica su creciente influencia en la forma en que los jóvenes acceden, comparten e interpretan la información.

1.3.2 *Influencers y creadores de contenido masculinos*

Dado que estas plataformas permiten compartir contenido cómo imágenes, videos aparte todo el mundo tiene acceso a internet y un teléfono inteligente, de esta manera surgieron los llamados influencers.

Los influencers constituyen figuras con capacidad para influir en las opiniones, decisiones y comportamientos de una comunidad digital a partir de la credibilidad que construyen sobre determinados temas. Gómez Nieto (2019) señala que estas personas logran generar confianza entre sus seguidores, circunstancia que incrementa el alcance e impacto de los contenidos que difunden y favorece su vinculación con marcas, organizaciones o causas de interés. Su influencia no depende únicamente del número de seguidores, sino también de la cercanía y la interacción que mantienen con la audiencia.

La consolidación de TikTok impulsó la aparición de una nueva generación de creadores de contenido especializados en esta plataforma, conocidos como Tiktokers. Quiles (2023) explica que estos creadores se caracterizan por publicar videos de forma constante y captar la atención del público mediante contenidos breves, creativos y adaptados a las dinámicas propias de la aplicación. La permanencia de estos perfiles dentro de la plataforma responde a su capacidad para conectar con los intereses de los usuarios y mantener una interacción continua con sus comunidades digitales.

La influencia que ejercen estas figuras trasciende la difusión de contenidos, debido a que también participan en la construcción de tendencias, estilos de vida y formas de comportamiento. Velasco Molpeceres (2021) sostiene que los influencers actúan como intermediarios entre los mensajes y las audiencias, favoreciendo la creación de vínculos de cercanía y confianza que fortalecen la recepción e interpretación de los contenidos publicados. Esta relación contribuye a que determinados mensajes alcancen una mayor aceptación dentro del entorno digital.

Ramírez (2019) advierte que el impacto de los influencers adquiere especial importancia durante la adolescencia, etapa caracterizada por cambios físicos, emocionales y sociales que influyen en la construcción de la identidad. Desde esta perspectiva, el autor diferencia dos perfiles de creadores de contenido: aquellos que promueven modelos poco realistas relacionados con la apariencia física y pueden favorecer expectativas difíciles de alcanzar, y quienes difunden contenidos orientados al bienestar, el autocuidado y el uso responsable de las plataformas digitales.

La influencia de estas figuras también ha sido analizada por Del Valle (2020), quien señala que los Tiktoker destacan por la creatividad de sus producciones y por el uso de recursos audiovisuales que incrementan el atractivo de sus publicaciones. No obstante, el empleo frecuente de filtros, herramientas de edición y otros recursos digitales puede proyectar imágenes alejadas de la realidad, situación que favorece la construcción de ideales corporales y estilos de vida que influyen en la percepción de los adolescentes sobre su propia imagen.

Vemuri et al. (2023) indican que la capacidad de influencia de estos creadores se sustenta en la

relación de confianza que establecen con sus comunidades, así como en la producción continua de contenidos dirigidos a públicos específicos. Falconi et al. (2024) complementan esta idea al señalar que la generación de contenido relevante, el diálogo permanente con la audiencia y el conocimiento sobre determinados temas fortalecen su credibilidad y consolidan su papel dentro de los procesos de comunicación digital. En consecuencia, los influencers representan actores con un papel relevante en la circulación de información, la construcción de tendencias y la configuración de referentes sociales dentro de plataformas como TikTok.

Tabla 3
Clasificación de los influencers

Tipo de influencer	Número de seguidores	Características
Nano influencer	Menos de 10 mil	Se encuentra en una etapa inicial de crecimiento, mantiene una relación cercana con su audiencia y dedica tiempo a interactuar con sus seguidores. Además, suele recomendar de manera espontánea las marcas o productos que utiliza.
Micro influencer	Entre 10 mil y 50 mil	Cuenta con una comunidad de seguidores más reducida, pero con altos niveles de interacción y fidelidad. En esta etapa, el contenido suele orientarse hacia un nicho específico, como gastronomía, viajes, moda u otras temáticas de interés.
Macro influencer	Entre 50 mil y 500 mil	Alcanza este nivel tras varios años de actividad en redes sociales. Generalmente desarrolla su labor de forma profesional, enfocándose en la creación y monetización de contenido; sin embargo, el incremento de seguidores suele acompañarse de una menor tasa de interacción con la audiencia.
Celebrity influencer	Más de 1 millón	Reúne una audiencia amplia y diversa, por lo que suele colaborar con marcas de gran alcance y campañas de mayor inversión. Esta categoría incluye, entre otros, artistas, deportistas y figuras públicas con reconocimiento internacional.

Nota**:** Elaboración propia Fuente: tomado de Medina (2021).

En el ecosistema digital actual, la importancia de los influencers en América Latina es multifacética y extensa. Estas figuras tienen un alcance central de información, entretenimiento y referencia cultural sobre todo entre el público joven, en algunos casos con mayor influencia e interacción que los medios tradicionales dentro de plataformas digitales clave (Arriagada, 2025). Su presencia trasciende el ámbito de consumo dado que intervienen en la construcción de tendencias, estilos de vida y dinámicas de comunicación.

1.3.3 *Algoritmo de recomendación y viralización*

Los algoritmos constituyen uno de los principales mecanismos que determinan la circulación de información dentro de las redes sociales, debido a que organizan y priorizan los contenidos que cada usuario visualiza según su comportamiento en la plataforma. Gillespie (2020) sostiene que estos sistemas buscan incrementar el tiempo de permanencia de las personas mediante la

selección de publicaciones acordes con sus preferencias e intereses, aspecto que influye directamente en la experiencia de navegación y en las formas de interacción que se desarrollan en los entornos digitales.

En el caso de TikTok, el funcionamiento del algoritmo considera diversos elementos relacionados con la actividad del usuario. Días (2020) explica que la plataforma utiliza recursos como las etiquetas o hashtags para clasificar y recomendar publicaciones acordes con los intereses de cada persona, ampliando el alcance de los contenidos hacia audiencias con preferencias similares. Espinoza (2021) añade que este sistema también favorece la interacción entre los usuarios mediante herramientas como los duetos y otras funciones colaborativas, características que fortalecen la participación y contribuyen a la rápida difusión de los contenidos audiovisuales.

Bermejo y Méndez (2020) coinciden en que el crecimiento de TikTok se encuentra estrechamente relacionado con la eficiencia de su algoritmo, el cual adapta continuamente las recomendaciones de acuerdo con las preferencias y el comportamiento de los usuarios. Esta capacidad de personalización facilita la comunicación entre creadores y audiencias, favorece la aparición de tendencias y explica el elevado nivel de interacción que caracteriza a esta plataforma. El algoritmo de TikTok considera diversos factores para organizar las recomendaciones que recibe cada usuario.
El algoritmo de TikTok organiza las recomendaciones mediante el análisis de múltiples variables relacionadas con la actividad y el perfil de cada usuario. Entre los principales factores considera las interacciones previas, como los videos visualizados, las reacciones y los comentarios realizados; la información del perfil, que incluye aspectos como el idioma, la ubicación y los intereses registrados;

El tiempo de visualización de cada publicación, utilizado para identificar el nivel de interés generado por un contenido; las interacciones sociales, determinadas por las cuentas seguidas y los videos compartidos dentro de la red de contactos; y las características propias de cada video, entre ellas la temática, los *hashtags*, la música, los efectos visuales y otros elementos que facilitan su clasificación y recomendación. La combinación de estos factores permite ofrecer contenidos personalizados que responden al comportamiento de cada usuario y favorecen una experiencia de navegación ajustada a sus preferencias.

1.3.4 *Tipos de contenido y su impacto visual*

Mendoza (2023) señala que TikTok fue concebida como una plataforma destinada a la creación y difusión de videos de corta duración, característica que favoreció la participación de millones de usuarios en la producción de contenidos relacionados con entretenimiento, educación, salud, actividad física, estética y otros temas de interés. El crecimiento de la plataforma también permitió que algunos creadores obtuvieran beneficios económicos mediante programas de monetización vinculados con el número de seguidores, las visualizaciones y el nivel de interacción alcanzado en sus publicaciones, convirtiendo esta actividad en una fuente

complementaria de ingresos para determinados usuarios.

Otro elemento que explica el funcionamiento de TikTok corresponde al uso de inteligencia artificial, tecnología que permite analizar el comportamiento de cada usuario para identificar sus preferencias de consumo. A partir de información como las reacciones, los comentarios, el tiempo de visualización y otras formas de interacción, el sistema adapta continuamente las recomendaciones de contenido, ofreciendo una experiencia personalizada acorde con los intereses de cada persona.

El conocimiento de estas dinámicas resulta importante para comprender qué tipos de publicaciones alcanzan una mayor visibilidad dentro de la plataforma. Sebastián (2025) indica que la selección del formato y de los recursos audiovisuales influye en el alcance de los contenidos y en el nivel de interacción que pueden generar entre los usuarios. Los videos difundidos en TikTok abarcan diversas temáticas, entre ellas entretenimiento, humor, actividad física, música, baile, educación y estilo de vida, lo que evidencia la diversidad de opciones presentes en la plataforma.

Con el propósito de facilitar la navegación y mejorar la experiencia de los usuarios, TikTok organiza los contenidos mediante categorías temáticas que agrupan publicaciones con características similares. Rodríguez (2023) señala que esta clasificación permite identificar los principales tipos de contenido consumidos por los jóvenes, aspecto que contribuye a comprender las preferencias y dinámicas de interacción presentes dentro de la plataforma.

Tabla 4
Diferentes contenidos de Tiktok

Tipo de contenido	Características	Hashtags frecuentes
AdviceTok	Contenidos orientados a brindar consejos y recomendaciones sobre distintos aspectos de la vida cotidiana, compartidos por usuarios que difunden experiencias y conocimientos.	*#Tips #Consejos #LifeAdvice*
Belleza	Publicaciones relacionadas con el cuidado personal, el maquillaje, el cuidado de la piel, el cabello y las uñas, además de reseñas y recomendaciones de productos cosméticos.	*#Makeup #HairTok #SkinCare #BeautyTok #Rutinas*
Fitness y deportes	Contenidos enfocados en la actividad física, el entrenamiento, la alimentación saludable y las transformaciones corporales mediante rutinas y desafíos deportivos.	*#Fitness #Workout #GymBro #Fit*
Entretenimiento	Videos dedicados al humor, tendencias virales, ASMR, parodias, *sketches* y comentarios sobre temas de interés dentro de la cultura digital.	*#Comedy #Funny #Viral #FYP*
Baile	Publicaciones centradas en coreografías, bailes y retos musicales que utilizan el movimiento corporal como principal recurso de expresión.	*#Dance #Choreography #Dancer*

Comida y cocina	Videos sobre preparación de recetas, demostraciones culinarias, recomendaciones gastronómicas y reseñas de alimentos, caracterizados por su atractivo visual.	*#Foodie #Cooking #CookTok #Recipe*
Moda	Contenidos relacionados con tendencias de vestimenta, estilos personales, recomendaciones de moda y presentación de marcas.	*#Outfit #Fashion #Style #MensFashion*
Viajes	Publicaciones que muestran experiencias turísticas, destinos, recomendaciones para viajar y aspectos culturales de distintos lugares mediante relatos audiovisuales.	*#TravelLife #Explore #Viajes #Destinos*
Videojuegos (*Gaming*)	Contenidos orientados a videojuegos, transmisiones en directo, partidas, reacciones y comentarios dirigidos principalmente a comunidades de jugadores.	*#Gaming #Gamer #Playing #Videojuegos*

Nota: elaboración propia Fuente: tomada de (Rodríguez, 2023).

1.3.5 *Patrones de consumo en Tiktok*

Desde su lanzamiento, Tiktok se convirtió en una de las plataformas digitales más frecuentadas por los adolescentes en todo el mundo. Su estructura dinámica basada en videos cortos y en un sistema de recomendación personalizado, logro captar atención de millones de jóvenes. En la etapa de adolescentes esta red social forma parte de la vida diaria y de varios cambios no solo en el consumo de entretenimiento sino en la manera de interacción y construcción de identidad personal (Cerda, 2024).

Las dinámicas de consumo en TikTok evolucionan de forma constante a partir de las preferencias de sus usuarios y de las tendencias que circulan dentro de la plataforma. Entre los formatos con mayor aceptación destacan los retos de baile, las coreografías breves y las narrativas audiovisuales que priorizan la creatividad y la participación de la audiencia. Byatt (2024) señala que estas características favorecen la interacción entre los usuarios y amplían las posibilidades de difusión de los contenidos, convirtiendo a TikTok en un espacio donde el entretenimiento y la comunicación se desarrollan de manera simultánea.

La plataforma también incorporó contenidos educativos que utilizan videos de corta duración para transmitir información de forma clara y accesible. Este tipo de publicaciones facilita el aprendizaje mediante recursos audiovisuales y promueve la participación activa de los usuarios, quienes no solo consumen información, sino que también producen y comparten nuevos contenidos dentro de la comunidad digital.

El funcionamiento de TikTok responde a un conjunto de herramientas que favorecen la interacción y aumentan la visibilidad de las publicaciones. Gonzales (2023) explica que la personalización de la experiencia de navegación permite ofrecer contenidos acordes con los intereses de cada usuario, aspecto que incrementa la permanencia dentro de la plataforma y favorece la circulación de publicaciones con mayor nivel de aceptación.
Rivera (2020) sostiene que las generaciones más jóvenes muestran una marcada preferencia por TikTok debido a las nuevas formas de consumo digital que caracterizan a este grupo etario.

Esta aceptación también se relaciona con el sistema de recomendaciones de la plataforma, especialmente con la sección Para ti, cuyo algoritmo organiza las publicaciones de acuerdo con el historial de interacción de cada usuario y facilita el descubrimiento de nuevos contenidos y creadores digitales (Smith, 2022).

Tabla 5
Patrones de consumo

Patrones de consumo	**Descripción**
Contenido en formato corto	Los formatos de video de 15seg a 3min, facilita el rápido consumo en jóvenes.
Audiencia joven	La gran parte de usuarios que utilizan TikTok son adolescentes tardíos o adultos especialmente de la generación Z
Interactividad y participación	Los retos virales, duetos y reacciones mantienen gran popularidad, al impulsar un elevado nivel de interacción entre usuarios.
Tiempo de consumo	Los adolescentes consumen contenido varias veces al día (95 min diarios), con picos notorios durante las tardes o noches
Engagment priorizado	La app valora la interacción (me gustas, vistas completas, comentarios) frente al total de seguidores posibilitando perfiles emergentes alcancen difusión.

Nota: Elaboración propia Fuente: Datos obtenidos de (Rojas, 2023).

Los contenidos de Tiktok y los patrones de consumo generan desafíos derivados de su formato fast content o contenido de consumo rápido. Por un lado, la seguridad de adolescentes se ven comprometida por el carácter adictivo de la app, lo que incide en la salud mental de las nuevas generaciones (Rojas, 2023).

1.3.6 *Influencia de TikTok en la autoimagen y percepción de los jóvenes*

El desarrollo de las tecnologías digitales transformó la vida cotidiana de las distintas generaciones, especialmente a partir de la expansión de plataformas como TikTok, una de las aplicaciones con mayor aceptación entre los adolescentes y jóvenes. El tiempo que este grupo dedica al consumo de contenidos audiovisuales y la constante exposición a publicaciones personalizadas favorecen un uso intensivo de la plataforma, situación que, en algunos casos, puede asociarse con conductas de uso problemático y dificultades para regular el tiempo de permanencia en el entorno digital.

Gómez & Jiménez (2022) afirman que las tendencias y desafíos que circulan en TikTok tienen un impacto significativo en el comportamiento y autoimagen de los adolescentes impulsándoles a participar en actividades arriesgadas o inapropiadas. En el proceso de buscar aceptación social, los jóvenes llegan asumir conductas de riesgo o autobservación impulsados por el deseo de ser vistos y reconocidos dentro del entorno digital.

Tiktok al tener contenidos visualmente variados, atractivos y algoritmos personalizados, muestra a las jóvenes tendencias que fomentan determinados estándares de belleza. De acuerdo con Meza (2023) el uso de TikTok está vinculado a un incremento en la supervisión del cuerpo y cambios en los hábitos deportivos y alimenticios. Pese a que Tiktok tiene el poder de motivar a los adolescentes adoptar hábitos de vida más sanos, también puede desencadenar insatisfacción corporal al perpetuar cánones de belleza imposibles. Por ejemplo, las nuevas tendencias que están surgiendo en esta plataforma cómo las rutinas de entrenamiento excesivo, los skincare o el verse estéticamente perfecto, pueden promover una autoevaluación dañina haciendo que los jóvenes entre 12 a 19 años se enfoquen demasiado en los defectos percibidos.

1.3.7 *Teoría del Aprendizaje Social*

La Teoría del Aprendizaje Social, desarrollada por Albert Bandura, sostiene que gran parte de las conductas humanas se adquiere mediante la observación de modelos sociales, a través de procesos de atención, retención, reproducción e imitación, por lo que los individuos no aprenden únicamente a partir de la experiencia directa sino también observando comportamientos, recompensas y consecuencias presentes en su entorno; trasladado al ecosistema digital, esta teoría permite comprender que plataformas cómo TikTok funcionan cómo espacios de aprendizaje social donde los adolescentes están expuestos de manera constante a influencers, creadores de contenido y figuras altamente visibles que modelan hábitos, estilos de vida y prácticas corporales, realizan rutinas de ejercicio, cambios estéticos, hábitos alimenticios o patrones de autocuidado sean percibidos cómo conductas deseables y susceptibles de ser imitadas, especialmente cuando dichas conductas reciben aprobación social mediante visualizaciones, comentarios o popularidad dentro de la plataforma (Mahon, 2021).

1.3.8 *Teoría del Cultivo*

La Teoría del Cultivo, propuesta por George Gerbner, sostiene que la exposición continua a los medios de comunicación influye en la percepción que las personas construyen sobre la realidad social, ya que la repetición constante de determinados mensajes favorece la normalización de valores, creencias y representaciones compartidas. En el contexto digital, esta perspectiva explica que plataformas como TikTok trascienden el entretenimiento al difundir de forma reiterada modelos corporales asociados con la aceptación y el reconocimiento social. Czubaj et al. (2025) señalan que la exposición frecuente a imágenes de cuerpos musculosos o físicamente idealizados puede fortalecer estos referentes entre los adolescentes, influyendo en la valoración de su propia apariencia y en la construcción de expectativas relacionadas con el cuerpo

masculino.

1.4 Ideales del cuerpo masculino en medios digitales

1.4.1 *Construcción social del cuerpo masculino (Stuart Hall)*

La construcción social del cuerpo masculino se entiende cómo un proceso cultural mediante el cual las sociedades le atribuyen significados, valores y normas, más allá de las características biológicas. En este sentido, el cuerpo no es una entidad natural y neutral, sino una representación social moldeada a través de discursos, prácticas y símbolos. Según Zapata (2025) “los medios de comunicación influyen decisivamente en cómo los jóvenes interpretan los cuerpos, estableciendo modelos corporales asociados con el éxito y la aceptación social” (p. 12); demuestra que la imagen corporal masculina se construye en constante interacción con los mensajes mediáticos.

Dentro de la teoría de Stuart Hall, este fenómeno se entiende al señalar que los significados sociales se producen a través de sistemas de representación. Así, Hall (1997) destaca la representación cómo un proceso mediante el cual la ilustración, el lenguaje y los discursos producen significado sobre el entorno social. En este sentido, el cuerpo masculino se convierte en un signo cultural que comunica ideas sobre la masculinidad, el poder y la normalidad. Hall afirma que “las cosas no tienen significado en sí mismas, sino que los significados se construyen a través de sistemas de representación” (p. 61); desde esta perspectiva, se entiende que la construcción de la identidad a través de los ideales corporales difundidos en plataformas digitales no refleja la realidad, sino la construye simbólicamente.

Bravo (2021) señala que la exposición constante a imágenes difundidas por los medios digitales influye en la construcción de la imagen corporal durante la adolescencia, debido a que la repetición de determinados modelos físicos favorece su aceptación como referentes de belleza socialmente deseables. El autor señala que "los ideales de belleza se consolidan mediante la repetición de imágenes que legitiman ciertos cuerpos como deseables" (p. 34). En este contexto, los adolescentes pueden utilizar estos modelos como punto de referencia para valorar su propia apariencia, circunstancia que influye en la construcción de su autoimagen y en la percepción del cuerpo masculino.

De igual manera, la exposición constante a contenido digital que resalta el ideal del cuerpo masculino musculoso y estéticamente convencional contribuye a reforzar estos significados culturales. Según Peyró y Gonzales (2020), ver con frecuencia cuerpos idealizados en diversas plataformas de redes sociales afecta la forma en que los jóvenes perciben su propia apariencia, lo que los lleva a compararse con los modelos dominantes que aparecen en pantalla.
Sin embargo, es importante destacar que la teoría de Hall nos ayuda a comprender que el cuerpo masculino es una construcción simbólica generada por los discursos culturales difundidos a través de los medios digitales. Un ejemplo de ello es la aplicación digital TikTok, que muestra contenido diverso sobre el cuerpo ideal y funciona como un espacio para que las personas

representen su autoimagen.

1.4.2 *Estereotipos masculinos a lo largo de la historia*

Antes de comenzar a contextualizar sobre los estereotipos, se entiende primero su significado que lo conforma. La Real Academia Española define el estereotipo como una imagen o idea ampliamente aceptada acerca de un grupo o colectivo determinado, construida a partir de características que suelen atribuirse de manera generalizada (León, 2018). Estas representaciones se consolidan mediante creencias y percepciones compartidas que se mantienen en el tiempo, aunque no siempre reflejan la diversidad y las particularidades propias de las personas que integran ese grupo.

Durante mucho tiempo, el concepto de estereotipo se utilizó cómo un método de clasificación. Esto lleva a una forma de etiqueta o idea entre las personas, aunque de manera indirecta. Por lo tanto, "el estereotipo funciona como un atajo, las personas se familiarizan a cientos de estereotipos y nuestra mente los emplea la emplea con frecuencia y de manera inconsciente" (Mahon & Quin, 1997, p. 135).

Los estereotipos son ideas u opiniones compartidas que se tiene sobre un grupo y sus miembros, sin importar si tales percepciones resultan positivas o negativas. Sin embargo, Páez (2019) lo conceptualiza cómo "la dimensión cognitiva de una representación grupal" (p. 753), lo cual estas nociones o imágenes se forman, se difunden y se aprenden desde el nacimiento a través de las interacciones con la familia, escuela y sociedad, persistiendo toda la vida lo que puede generar perjuicios injustos y sesgos.

Cómo menciona Beltrán (2019) "los estereotipos masculinos han sido difundidos por el arte, el cine y la publicidad y que la figura masculina adquiere diferentes roles y se estereotipa su figura estética" (p. 60) pero esta difusión mediática resalta cómo los medios visuales no solo perpetúan roles rígidos, a su vez promueven representaciones más inclusivas desafiando estos estereotipos tradicionales.

La presencia de los medios de comunicación y de las plataformas digitales ha incrementado la circulación de información y la difusión de representaciones sociales que influyen en la manera en que las personas interpretan su entorno. La exposición constante a estos contenidos favorece la consolidación de determinados modelos de comportamiento y apariencia, especialmente cuando las audiencias reciben mensajes de forma reiterada y con escasas oportunidades para analizarlos de manera crítica. García y Carreta (2019), al retomar los planteamientos de Martín (2016), señalan que los estereotipos no se limitan al género femenino, sino que también existen patrones dirigidos a los hombres que se difunden de forma permanente a través de los medios de comunicación, particularmente la televisión (p. 3).

Estas representaciones han contribuido a consolidar imaginarios sociales sobre la masculinidad y la apariencia física masculina. A lo largo del tiempo, la imagen del hombre ha sido asociada

con determinados atributos y modelos corporales que responden a los valores predominantes de cada contexto histórico. La expansión de los medios digitales amplió la difusión de estos referentes y fortaleció su presencia en plataformas de comunicación utilizadas diariamente por adolescentes y jóvenes, aspecto que favorece la permanencia de estereotipos relacionados con el cuerpo masculino.

1.4.3 *El ideal de belleza*

A lo largo de la historia, el concepto del ideal de belleza experimento una transformación acorde a los diferentes contextos sociales y culturales (Ressini & Fabiola, 2011). Los estándares de belleza fueron cambiando con el pasar del tiempo lo que antes era considerado un cuerpo bonito y agradable, ahora se mira desde otra perspectiva distinta.

Desde el siglo XX, los medios de comunicación comienzan a desempeñar un rol fundamental con la difusión de contenidos de belleza. Cómo sustentan Resseni & Fabiola (2011) su alcance frecuente y su aceptación social influyen de manera directa en la forma en que las personas perciben su cuerpo y construyen su autoimagen. Desde este punto de vista, la belleza es concebida como un constructo social que cambia dependiendo del contexto cultural, moral e histórico. Sin embargo, se sostienen que los ideales de belleza responden a procesos históricos y a dinámicas sociales que determinada su significado en cada época (Velásquez & Ramos, 2019). Este enfoque resulta relevante para analizar la configuración de los estereotipos masculinos, dados que dichos ideales influyen en la representación y percepción corporal.

El ideal de belleza se encuentra en un constante cambio con el tiempo y la cultura que influyen en nuestra forma de pensar. Por ello los modelos de belleza que se conoce actualmente son el resultado de varias tradiciones y contextos sociales que se unen entre sí. No existe una sola manera de definir lo bello o feo ya que cada sociedad identifica los propios referentes y les da valor según su historia y forma. Tal cómo señala (Cruz, 2023) la belleza se construye socialmente y responde a referentes culturales propios de cada contexto (p.10). De esta forma, el estándar de belleza puede entenderse como una construcción relativa que varía según el lugar y el momento histórico.

De igual manera, los modelos publicitarios emitidos a través de diversos medios influyen de manera concisa en cómo se valora nuestro cuerpo y atributos físicos en relación al canon de belleza actual, sobre todo durante la infancia y adolescencia (García &Ochoa, 2020).

Actualmente, debido a este problema social existe una nueva iniciativa a modo de campanas de prevención que tiene cómo definición acerca de “el ideal de belleza de hoy es ser fiel a uno mismo, a su naturaleza, a su belleza natural, su estilo y lo que cada uno considera bello lo importante es estar feliz con uno mismo’’ (Carin, 2020). Ahora en la actualidad, la ideal de belleza se entiende cómo una construcción social que da un alto valor al atractivo físico, cómo uno de los aspectos más relevantes de una persona especialmente en los hombres quienes

sienten presión por cumplir y mantener estos estándares. Es fundamental destacar que esta belleza ideal se contrapone a la belleza real (Artega, 2020).

1.4.4 *Prototipos del cuerpo masculino*

Los estereotipos corporales masculinos corresponden a representaciones sociales generalizadas que establecen características físicas consideradas ideales o socialmente admirables en los hombres, las cuales suelen asociarse con cuerpos musculosos, hombros anchos, abdomen definido, baja grasa corporal y una apariencia vinculada con fortaleza, disciplina y atractivo, de modo que estos modelos no solo configuran preferencias estéticas sino también expectativas sociales sobre cómo debería lucir un cuerpo masculino aceptado y valorado.

Dentro del ecosistema digital contemporáneo estos estereotipos adquieren mayor intensidad debido a la circulación masiva de imágenes altamente seleccionadas, editadas por influencers y creadores de contenido, provocando que muchos adolescentes interioricen dichos referentes cómo metas deseables y desarrollen percepciones corporales condicionadas por estándares difíciles de alcanzar, lo que puede generar insatisfacción, presión estética o necesidad de modificar hábitos físicos para aproximarse al ideal dominante (Standford, 2022).

En el contexto digital contemporáneo, la noción del cuerpo masculino ideal adquirió relevancia importante en la vida de los adolescentes. En este caso, las redes sociales difunden de forma constante las representaciones de cuerpos delgados y tonificados, los cuales se presentan cómo modelos deseables y exitosos (Baltan, 2019). Esta exposición constante de contenidos audiovisuales genera la construcción de prototipos homogéneos en los varones que suelen vincular la apariencia física con el bienestar personal y reconocimiento.

De este modo, Tiktok surgió como una de las plataformas digitales donde los creadores de contenido muestran tipos de cuerpos idealizados, cómo el mesomorfo musculoso o el extomorfo esbelto mediante retos virales y filtros que priorizan las proporciones estéticas sobre la diversidad real. Estos estándares corporales generaron debates sobre la presión del “fitness” y las transformaciones digitales que alteraron la percepción natural del cuerpo masculino.

Noguera et al. (2021) señalan que los medios digitales han favorecido la aparición de nuevas formas de comprender la masculinidad, entre ellas la metrosexualidad, cuya aceptación ha aumentado progresivamente dentro de la sociedad. Esta transformación refleja cambios en la manera en que los hombres expresan su identidad y otorgan mayor importancia al cuidado personal, la apariencia física y la imagen proyectada en los entornos digitales. En este contexto, los adolescentes incorporan referentes masculinos difundidos en redes sociales que influyen en la construcción de modelos corporales y estéticos acordes con las tendencias predominantes de cada momento.

En este contexto, diversos contenidos digitales muestran el cuidado estético o grooming de los adolescentes cómo extensiones de la corporalidad idealizada (pintarse las uñas de color negro,

los skincare y su tipo de vestimenta,) difundidos bajo los hashtags cómo #Metrosexuallook, #gymbro entre otros, lo que evidencia una problemática en la rigidez del ideal y una preferencia por una estética refinada y andrógina. Asimismo, videos virales en TikTok presentan transiciones narrativas que van desde los estereotipos hacia los estilos inspirados en marca.

Durante las últimas décadas, las plataformas digitales evolucionaron más allá de simples canales de interacción, convirtiéndose en ámbitos de vigilancia estética y construcción de la autoimagen. Asimismo, se presentan diferentes tipos de cuerpos cómo:

Tabla 6
Prototipos del cuerpo masculino

Tipos de cuerpo	**características**	**Representación social**
Masculinidad hegemónica	Cuerpo fuerte, musculado, joven y disciplinado. Apariencia de control físico.	Representa el ideal dominante masculino
Masculinidad marginada	Cuerpos afectados por factores sociales cómo clase, etnia o contexto	Limitada en el acceso al ideal corporal dominante
Cuerpo metrosexual	La nueva era del hombre con cuerpos estéticos, preocupación por la imagen, moda y apariencia.	Asociado con nuevas masculinidades de consumo y visibilidad social.
Cuerpo hipermasculinizado	Hombres con volúmenes de musculatura exagerado, postura dominante y gestos de dureza	Relacionado con la masculinidad tradicional y con el poder
Cuerpo juvenil	Apariencia joven y piel bien cuidada, rasgos físicos estandarizados.	Vinculado con el deseo de la belleza extrema.

Nota: Elaboración propia basado en el contenido de (Romero, 2019)

Los diferentes tipos de representación del cuerpo masculino evidencian que la masculinidad no responde a un único modelo, sino que se construye a partir de diversas formas de expresión influenciadas por factores sociales, culturales y mediáticos. Mientras la masculinidad hegemónica continúa asociándose con fortaleza física, disciplina y control corporal, también han adquirido mayor visibilidad otras representaciones vinculadas con el cuidado de la imagen,

la moda y la expresión personal, como ocurre con el cuerpo metrosexual.

Al mismo tiempo, la presencia de modelos hipermasculinizado y de ideales centrados en la juventud contribuye a reforzar determinados estándares estéticos que circulan con frecuencia en los medios digitales y las redes sociales. Estas representaciones influyen en la manera en que los adolescentes interpretan la apariencia física masculina, favoreciendo procesos de comparación y la construcción de referentes corporales que pueden condicionar la percepción de su propia imagen.

1.4.5 *Impacto de los estándares de belleza en los adolescentes*

Actualmente, el impacto sociocultural relacionado con los estándares de belleza está experimentando cada vez mayor influencia, hace algún tiempo la presión entorno a estos cánones y estereotipos de verse perfectos eran difundidos por televisión y revistas resultaban dominantes. Ahora bien, con la evolución de las redes sociales adquiere mayor relevancia en la población (Verdú, 2022).

Durante la adolescencia, el uso constante de las plataformas online convierte a las imágenes en referentes que influyen en la construcción de la identidad personal. Por esta razón, las fotografías acompañadas de comentarios relacionadas al aspecto físico cómo “estas muy guapa” o “cada vez pareces más joven”, reciben un sinfín de likes y la aprobación social. Con ello no solo se refiere al cuerpo, sino también a los nuevos cánones ligados, tales como: rostros definidos, labios prominentes, contexturas o cuerpos tonificados.

En el caso de los hombres, se promueven varios estándares de belleza que suelen centrarse en la delgadez, en la estafetica y en la musculatura tonificada, así como en la adopción de comportamientos alimentarios desordenados. Entre ellos se incluye prácticas cómo la restricción calórica y el uso frecuente de las sustancias y suplementos orientadas al aumento de masa muscular (Gonzales et al., 2025).

El ideal del cuerpo masculino promueve un cuerpo musculoso, definido y en forma de V, cómo se observa en fotografías, revistas e incluso en juguetes de acción (Vogues et al., 2019). Actualmente los jóvenes masculinos se enfrentan a un cuerpo ideal que perciben cómo difícil de lograr, el cual esto afecta al igual que a las mujeres en la insatisfacción y autoestima de su propio cuerpo.

Todos los seres humanos desarrollan una imagen mental de sí mismos que incluyen pensamiento, ideas y opiniones relaciones en el entorno social en el que viven. Esta percepción es subjetiva y puede enfrentarse con los ideales de belleza que impone la sociedad, en particular cuando se ejerce presión sobre el aspecto físico. Por ello, el impacto de los estándares en los adolescentes se entiende cómo requisitos que la sociedad espera entre hombres y mujeres que cumplan su aspecto físico cómo su rostro, el cuerpo, el cabello o incluso la piel (Zúñiga, 2023).

En el contexto cultural contemporáneo, existen estándares de belleza que influyen en el comportamiento de las personas al presentarse cómo modelos asociados a una vida fitness mediante prácticas cómo dietas, restrictivas o la búsqueda de las ideales.

1.5 Adolescencia, género y construcción de la identidad corporal

1.5.1 *Adolescencia: características y cambios*

De acuerdo con Sevilla (2024) “La adolescencia es un periodo caracterizado por una montaña rusa de emociones, donde los jóvenes se enfrentan a desafíos emocionales cómo la gestión del estrés, la autoestima y la identidad personal” (p.13).

Por otro lado, también la definen como “una época de grandes cambios y descubrimientos, y es posible fortalecer los factores protectores de la salud para maximizar su potencial de crecimiento y desarrollo” (Castillo et, al, 2023, p.1).

Desde el punto de vista institucional, la organización mundial de la salud (OMS) define la adolescencia cómo la etapa de transición de la infancia a la adultez, que abarca desde los 10 hasta los 19 años y enfatiza que en sus fases finales se fortaleces habilidades cognitivas, emocionales y sociales esenciales para la vida adulta (OMS, 2018). La OMS indica que, durante esta fase los adolescentes adquieren una mayor capacidad para reflexionar sobre si mismos, valorar su imagen personal y responder a las influencias sociales lo que convierte a la adolescencia tardía en un momento esencial para la formación de la autoimagen y la percepción corporal.

La adolescencia es parte de nuestra vida es la etapa de la rebeldía en la que surgen diversos cambios tanto psicológicos cómo físicos de la persona, el entorno en donde se desarrolla también es un punto clave debido a que su adaptación impacta en la forma de pensar, actuar y en sus costumbres que influyen en la construcción de personalidad del individuo (Santana &Torres, 2020).

A medida que los adolescentes atraviesan estos difíciles cambios donde empiezan a experimentar o imitar lo que hacen los demás cómo, por ejemplo: seguir modas, tendencias lo cual al mirar ese tipo de contenido toman como referencia a figuras idealizadas. Por ende, ellos buscan parecerse a personas famosas o creadores de contenido con la intención de que les presten atención y ganar popularidad en su entorno social. Caso contrario si no ocurre aquello es posible que haya un efecto negativo en su autoestima por juzgar su apariencia física.

1.5.2 *Adolescencia en la era digital*

El desarrollo de las tecnologías digitales ha fortalecido la interconexión entre las personas y transformado las formas de comunicación, acceso a la información e interacción social. En este entorno, los usuarios comparten de manera constante experiencias, opiniones y contenidos que influyen en la construcción de referentes individuales y colectivos. Rubio et al. (2024)

sostienen que este proceso favorece la formación de la identidad personal, debido a que cada individuo construye una imagen de sí mismo que influye en su autoconciencia y en la manera en que es percibido dentro de los espacios sociales (p. 40). Esta dinámica adquiere especial relevancia en las redes sociales, donde la interacción permanente contribuye a la construcción y valoración de la identidad personal.

La utilidad de las nuevas tecnologías tiene un impacto negativo en los adolescentes, provocando la pérdida del contacto social, deteriorando sus relaciones interpersonales y reduciendo el desarrollo de habilidades sociales (Tonato & Valencia, 2021). De tal forma, que el uso desmedido o inapropiado de las redes sociales por parte de los jóvenes podría provocar distorsiones entre el mundo virtual y real, aislamiento social, problemas de salud mental y un deterioro del rendimiento académico.

Esta influencia comienza desde el hogar ya que algunas familias permiten el acceso a la tecnología desde muy temprana edad facilitando que los niños interactúen con dispositivos móviles, sin supervisar lo que miran detrás de las pantallas limitando su desarrollo social acorde a su edad cómo compartir, jugar y relacionarse con sus pares.

Diversos estudios en el campo de la comunicación y psicología indican que las redes sociales surgieron cómo nuevos espacios de socialización entre los jóvenes. Según Arab & Días (2019) “Las redes sociales desempeñan una función central en la vida de los adolescentes, al constituir cómo un medio relevante para la interacción social y la validación personal” (p.18). Esta dinámica implica una exposición constante a modelos de conducta, estilos de vida e ideales corporales que pueden influir en la percepción de los jóvenes frente a la cantidad de contenidos.

Por otro lado, la adolescencia es una etapa de intensos cambios físicos, emocionales y sociales. Sin embargo, en los últimos anos este periodo de crecimiento se caracterizó por un desarrollo excepcional: el acceso permanente y casi ilimitado a redes sociales y a tecnologías innovadoras cómo la IA (inteligencia artificial). Hoy en día estas herramientas nuevas ofrecen oportunidades para la conexión y la expresión, también han suscitado preocupación en la comunidad científica sobre su posible impacto negativo en la salud mental de los jóvenes (Román, 2025).

1.5.3 *El papel de los medios de comunicación en la adolescencia tardía*

En la era digital contemporánea, los medios de comunicación ejercen un papel clave en la vida de los adolescentes tardíos. A través de la televisión, internet, las redes sociales y otras plataformas, los jóvenes se enfrentan a una amplia gama de imágenes, mensajes, y narrativas que pueden afectar negativamente su imagen y en la identidad de los demás (Monthelena, 2023).

Actualmente las sociedades se distinguen por un cambio social acelerado, impulsado por los avances en los medios y en la tecnología. La mediatización entendida cómo un meta proceso

social se considera un “proceso altamente transformador” ya que son los medios los que beben de los jóvenes, y normalmente de forma interesada.

Los medios digitales tienden a promover la comparación social entre los adolescentes. Al observar imágenes de individuos “perfectos” en los medios, es frecuente que los jóvenes se comparen y evalúen de manera negativa su apariencia y sus logros (Monthelena, 2023). Por ende, esto puede impactar su autoestima provocando sensaciones de insuficiencia e inseguridad.

Las nuevas tecnologías digitales, fomentan la interacción social y brindan a los jóvenes acceso inmediato al entretenimiento, la información, el conocimiento, las conexiones sociales y el marketing, han complementado a los medios tradicionales cómo la televisión, la radio y las revistas. Los medios de difusión que también se conocen cómo medios tradicionales, fueron creados en el pasado por proveedores establecidos cómo cadenas de televisión, estudios cinematográficos. Luego se distribuyeron a individuos.

En la adolescencia tardía, los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en la construcción de hábitos, valores y formas de interacción social (Solano, 2020). En cambio, los medios tradicionales cómo la televisión, la radio y las revistas han sido complementados por las nuevas tecnologías, las cuales fomentan una mayor interacción y ofrecen a os jóvenes acceso inmediato al entretenimiento, información, conocimiento y relaciones sociales.

En cambio, los nuevos medios digitales o plataformas sociales, representan un tipo de medio donde los usuarios pueden consumir o participar de manera activa en la difusión de contenidos. Esta transformación genero cambios constantes en los patrones de consumo durante la última década. En particular la integración de estas plataformas en la vida cotidiana de los adolescentes redujo la manera de ver la televisión evidenciando una preferencia creciente por formatos interactivos (Yolanda et al., 2019).

1.5.4 *Teorías sobre construcción de identidad corporal.*

Las teorías sobre la construcción de la identidad corporal sostienen que la relación de las personas con su cuerpo trasciende la dimensión biológica y responde a un proceso de construcción social influido por las experiencias personales, las interacciones cotidianas y los significados que cada contexto cultural atribuye a la apariencia física. Desde esta perspectiva, la identidad corporal se desarrolla a partir de la manera en que cada individuo interpreta y valora su propio cuerpo en relación con los demás. Durante la adolescencia, esta construcción adquiere mayor importancia porque los cambios físicos coinciden con una etapa de búsqueda de aceptación y reconocimiento social. Bridges (2014) señala que, en este proceso, los referentes difundidos por los medios y las plataformas digitales pueden influir en la percepción corporal y en la imagen que los jóvenes construyen sobre sí mismos.

1.5.5 *Masculinidades digitales en los adolescentes*

A medida que las redes sociales se van transformando en una plataforma clave para moldear las identidades de genero el concepto de masculinidad en el ámbito digital experimento una evolución significativa (Irwin, 2021).

La noción de nuevas masculinidades digitales permite analizar cómo los entornos virtuales influyen en la construcción de identidad masculina durante un periodo clave de desarrollo (Cala & Flores, 2024). Las redes sociales operan cómo espacios de socialización donde los adolescentes incorporan modelos de comportamientos, valores y representaciones vinculadas a los masculino.

A su vez (Calderón et al., 2022) indica que, a través de los formatos y narrativas audiovisuales de los medios digitales, los hombres desafían o refuerzan las nociones tradicionales de masculinidad. Por lo tanto, el concepto de masculinidad se redefine adaptándose a las dinámicas digitales y a los cambios culturales y tecnológicos que configuran cómo los hombres se ven así mismo y cómo son percibidos por la sociedad.

En el proceso de desarrollo humano, la adolescencia masculina emerge cómo una fase clave caracterizada por transformaciones morfológicas y psicosociales significativas que influyen en la percepción personal del cuerpo (Nápoles et al., 2022). En este periodo se acentúa la búsqueda de un físico ideal, lo que puede generar distorsiones de la imagen o una valoración negativa de la apariencia derivada de la desconexión entre una representación realizada (Rojas & Felipe, 2025).

1.5.6 *Representaciones masculinas*

La masculinidad hegemónica hace referencia al modelo de masculinidad socialmente legitimado que establece cuáles son los atributos, comportamientos y características corporales considerados deseables o superiores dentro de una determinada cultura, funcionando cómo un patrón normativo frente al cual otras formas de ser hombre suelen ser comparadas o subordinadas; este ideal históricamente ha estado asociado con fuerza física, dominio, competitividad, autocontrol emocional y apariencia corporal atlética, por lo que el cuerpo masculino deja de ser únicamente una dimensión biológica para convertirse en un símbolo de estatus, poder y aceptación social, situación que en la actualidad adquiere mayor visibilidad dentro de entornos digitales cómo TikTok, donde ciertos discursos visuales refuerzan de manera constante la asociación entre masculinidad, musculatura y reconocimiento social, influyendo en la forma en que muchos adolescentes construyen sus referentes identitarios y evalúan su propia corporalidad (Bridges, 2014).

La teoría de la masculinidad hegemónica, desarrollada por Raewyn Connell, plantea que dentro de cada contexto sociocultural se consolida un modelo dominante de masculinidad que establece atributos, comportamientos y características corporales socialmente valoradas, funciona cómo un referente de poder, legitimidad y reconocimiento frente a otras formas de ser hombre; este ideal suele asociarse con fortaleza física, control emocional, competitividad y una apariencia corporal atlética o musculosa, de modo que el cuerpo masculino deja de

representar únicamente una condición biológica para convertirse en un símbolo social de estatus y aceptación, situación que en plataformas digitales cómo TikTok adquiere mayor visibilidad debido a la circulación constante de contenidos que refuerzan modelos corporales asociados con éxito, atractivo y validación social, que influye en la construcción identitaria de los adolescentes varones (Bridges, 2014).

Las representaciones masculinas surgieron cómo configuraciones simbólicas que definieron los modelos de lo masculino en contextos sociales específicos. En este marco, los hombres incorporaron atributos cómo la fuerza, la autoridad y el control de emocional en sus interacciones cotidianas, elementos que la cultura transmitía mediante narrativas familiares, medios audiovisuales y espacios públicos.

Desde la teoría de las masculinidades, Connell (1995, como se citó en Martino Bermúdez, 2013) sostiene que no existe una única forma de masculinidad, sino diversas construcciones sociales organizadas de manera jerárquica dentro de una estructura de poder. A partir de este planteamiento, la masculinidad hegemónica se configura como el modelo socialmente legitimado, favoreciendo relaciones de poder que históricamente han situado en una posición de subordinación tanto a las mujeres como a otras formas de masculinidad que no responden a ese ideal dominante.

Connell (1995) plantea que las relaciones de poder también se establecen entre los propios hombres, dando lugar a distintas posiciones dentro de la estructura de las masculinidades. En este contexto, las masculinidades subordinadas corresponden a aquellas expresiones que se apartan del modelo hegemónico y, por ello, suelen experimentar procesos de exclusión y discriminación. El autor señala que esta situación ha afectado especialmente a los hombres homosexuales, quienes históricamente han sido asociados con atributos considerados femeninos y, en consecuencia, han ocupado una posición subordinada dentro del orden social.

Esta perspectiva evidencia que la masculinidad hegemónica no solo se define en oposición a las mujeres, sino también mediante la desvalorización de otras formas de identidad masculina. Cabe señalar, que hace algunos años la masculinidad hegemónica se construyó mediante la diferenciación frente a las mujeres y aquellos individuos. Ahora las nuevas masculinidades emergen para reconfigurar estos mandatos tradicionales, impulsando discursos inclusivos que mitigan la homofobia y permiten transformar la percepción del hombre dentro de las pautas sociales.

En este contexto, las plataformas digitales configuraron espacios claves para la expresión de identidades masculinas, donde se reprodujeron o desafiaron patrones hegemónicos.
Estudios identificaron rasgos positivos cómo el autocuidado y la paternidad participativa en perfiles de TikTok o Facebook (Pérez, 2024).

1.5.7 *Efecto de los filtros en la percepción del cuerpo*

Dentro de las redes sociales especialmente de TikTok, el uso de filtros de belleza se ha vuelto cada vez más común. Actualmente modificar las fotografías y videos antes de publicarlos es una práctica habitual entre adolescentes y jóvenes. Este tipo de contenido editado contribuye a reforzar y normalizar determinados estándares de belleza dentro de las plataformas digitales.

Lazo (2022) distingue dos tipos principales de filtros utilizados en las redes sociales. El primero está orientado a mejorar aspectos técnicos de las imágenes y los videos, como la iluminación, el contraste, la intensidad de los colores y otros elementos visuales que incrementan la calidad de las publicaciones. El segundo se centra en modificar la apariencia física de las personas mediante recursos que alteran rasgos faciales o corporales, generando una representación distinta de la imagen real y favoreciendo la difusión de estándares estéticos dentro de los entornos digitales.

La utilización de filtros por si sola modifica o distorsiona la realidad y la imagen de los usuarios en redes sociales. En Tiktok además de contar con una sección específica para el rostro que permite ajustar y resaltar las facciones a gusto de los usuarios, también existen filtros para modificar el cuerpo, cómo reducir la cintura o verse más musculosos entre otros. Uno de los efectos más controversiales de TikTok fue el lanzamiento de “Bold Glamour” que no solo retoca ligeramente la piel o elimina manchas, sino que transforma el rostro de la persona en una cara perfecta, alterando incluso la dentadura, el cabello, las cejas y logrando facciones de forma simétrica (Borga, 2023).

En el ámbito de los medios digitales y la presión social, los filtros de belleza “son un elemento omnipresente y formativo en la vida de las nuevas generaciones” (Collado, 2022, p.63). Es por eso que su impacto debe ser evaluado y orientado, dado que representan un riesgo para la autoestima.

La apariencia física ha adquirido una importancia creciente dentro de la sociedad contemporánea, hasta convertirse en un referente asociado con el reconocimiento social, la aceptación y el éxito personal. Esta valoración favorece la construcción de ideales estéticos que influyen en la manera en que las personas perciben y valoran su propio cuerpo. Restrepo Giraldo et al. (2025) señalan que la imagen corporal desempeña un papel relevante en las relaciones sociales, debido a que influye tanto en la percepción que los demás construyen sobre el individuo como en la valoración que cada persona desarrolla acerca de sí misma, aspecto que puede repercutir en su autoestima y bienestar emocional.

1.6 Percepción e imagen corporal en adolescentes

1.6.1 *Concepto de percepción e imagen corporal*

La imagen corporal corresponde a la representación que cada persona construye acerca de su propio cuerpo a partir de la integración de percepciones, emociones, pensamientos y

experiencias desarrolladas a lo largo de su vida. Esta representación no se limita a las características físicas, sino que también incorpora los significados que el individuo atribuye a su apariencia en función de las relaciones sociales y del contexto cultural en el que se desenvuelve. Márquez et al. (2021) señalan que, durante la adolescencia, este proceso adquiere mayor relevancia debido a los cambios biológicos, emocionales y sociales propios de esta etapa. En consecuencia, los adolescentes muestran una mayor sensibilidad frente a los mensajes relacionados con la belleza, la aceptación y el reconocimiento social, situación que puede intensificarse por la exposición frecuente a contenidos difundidos en plataformas visuales como TikTok, donde los modelos corporales idealizados influyen en la percepción de la propia imagen y favorecen procesos de comparación social.

Al hablar de percepción se entiende cómo el proceso mediante el cual las personas interpretan la realidad que las rodea a partir de los estímulos que reciben, debido a los múltiples cambios físicos y sociales de esta etapa (Avilés & Carangui, 2025). Diversos estándares de belleza establecidos en distintas sociedades convirtieron la apariencia corporal en un elemento central para los adolescentes, generando procesos de comparación y autoevaluación.

Por otro lado, el concepto de imagen corporal alude a la representación mental que una persona tiene sobre su propio cuerpo que incluye aspectos perceptivos y emocionales (Monteros & Jiménez, 2020, p.7). Esta percepción no siempre refleja con precisión la realidad física de cuerpo, puesto que se ve afectada por diversos factores internos y externos.

La imagen corporal desempeña un papel clave en diversos ámbitos de la vida cotidiana. Así lo señalan diversos autores cómo Orfao (2024) define a la imagen corporal cómo las percepciones y actitudes multidimensionales que los individuos tienen sobre sus propios cuerpos incluyendo aspectos cómo la forma, el tamaño y la apariencia (p. 36). En esta misma línea, Grogan (2019) sostiene que la imagen corporal es un “constructo complejo que refleja la insatisfacción o satisfacción con el propio cuerpo, así como las actitudes y pensamientos sobre su apariencia” (p. 4). Dentro del ámbito de la comunicación, la imagen corporal adquiere relevancia ya que los medios y el entorno social influyen de manera directa en cómo las personas entienden estas percepciones sobre su propio cuerpo.

En este sentido, la percepción y la imagen corporal se encuentran relacionadas ya que la manera en que las personas interpretan los mensajes visuales incide directamente en la construcción de apariencia. La sociedad contemporánea predomina normas estéticas que pueden influir de forma significativa en el desarrollo psicológico y social de las personas. Aunque estos efectos alcanzan tanto a hombres cómo a mujeres quienes presentan mayor disposición a experimentar conflictos relacionados con la percepción de su imagen corporal, los cuales se asocian a su conducta alimenticia (Voli, 2019).

1.6.2 *Autoimagen*

La autoimagen se refiere a la representación interna que una persona construye sobre sí misma, la cual integra no solo la percepción de su apariencia física sino también las valoraciones

emocionales y cognitivas asociadas a su identidad, por lo que se configura a partir de experiencias personales, interacciones sociales y mensajes provenientes del entorno cultural; durante la adolescencia, esta construcción suele atravesar procesos de mayor vulnerabilidad debido a la búsqueda de aceptación y pertenencia dentro de grupos sociales, situación que puede intensificarse en entornos digitales donde la exposición constante a imágenes idealizadas favorece procesos de autoevaluación cada vez más exigentes, generando que muchos jóvenes definan su valor personal en función de estándares externos relacionados con atractivo físico, popularidad o aprobación social, afectando así la manera en que se perciben y desarrollan su autoestima (Rodgers, 2020).

1.6.3 *Insatisfacción corporal y autoestima*

La insatisfacción corporal definida cómo la percepción negativa de la imagen corporal, es cada vez más común en la sociedad en la que se vive. En la adolescencia, presenta una alta valoración negativa, ya que diversos estudios señalan que entre el 30% y el 40% de los adolescentes experimentan algún grado de inconformidad con su autoimagen (Moran et al., 2024). Esto afecta directo a la autoestima y puede generar sentimientos de inseguridad, tristeza y presión por cumplir ciertos ideales físicos.

No obstante, López (2020) destaca que la insatisfacción corporal surge a raíz del resultado de la inconformidad o discordancia entre la imagen corporal que uno percibe y la imagen ideal del cuerpo.

La forma en que los jóvenes perciben su cuerpo se encuentra influenciada por el entorno social en el que crecen. Desde edades tempranas, la familia, amigos, incluso medios digitales o redes sociales refuerzan ideales de belleza que priorizan cuerpos delgados y con rasgos físicos. Esta presión se refleja con mayor intensidad en los adolescentes, aquellas personas que frecuentan las plataformas digitales y quienes suelen comparar su apariencia con estos modelos impuestos. En cambio, la autoestima es una parte crucial del ser humano, el cual posibilita la autoevaluación de uno mismo teniendo un impacto positivo o negativo dependiendo del autoconcepto que el individuo construye (Román et al., 2023).

Por otro lado, para (Smith, 2020) es importante recalcar que una autoestima equilibrada se identifica por una percepción positiva y estable de las propias capacidades, mientras que una baja autoestima puede resultar la falta de confianza de uno mismo y autoevaluarse, afectando negativamente su condición de vida.

1.6.4 *Construcción de la autoimagen en medios digitales*

La adolescencia representa una etapa crucial del desarrollo en la que los jóvenes forman su autoimagen personal. Por ende, los medios digitales a través de sus representaciones idealizadas de la belleza, el éxito y los roles de genero pueden moldear la percepción que los adolescentes tienen a sí mismos. Las imágenes editadas, los estándares de belleza poco realistas

y los estereotipos contribuyen a la inseguridad y a la presión para conformarse con cierto ideales (Monthelena, 2023).

Actualmente, cómo menciona Villegas (2019) los usuarios en redes sociales actúan cómo "prosumidores" de imágenes, creando y consumiendo contenido que influye en su autoimagen física y autoestima, a menudo replicando estándares estéticos de la moda y medios tradicionales. Esto genera un ciclo donde la comparación constante con perfiles idealizados fomenta inseguridades, especialmente en adolescentes tardíos.

La autoimagen se ve afectada por las publicaciones constantes en medios sociales lo que tiene un impacto en el bienestar emocional y autoestima, que resulta ser un espejo distorsionado de la realidad donde la imagen que se muestra en línea no siempre representa la vida diaria sino una versiona idealizada de ella (Gonzales, 2025, p, 20). No solo las personas se ven afectados por lo que observamos, al contrario, por la respuesta que se obtiene a las publicaciones cómo los likes y comentarios.

El uso indebido de los medios digitales transformó las dinámicas tradicionales de construcción de identidad al ofrecer espacios donde los usuarios suelen compartir cada momento de su vida, lo que puede llevar a otros a comparar sus experiencias y apariencia con estas representaciones filtradas, llevando a cabo lo que se percibe de lo real a la fantasía.

1.6.5 *Comparación social y evaluación del cuerpo (Teoría de Festinger)*

Frente a este panorama, gracias a la popularidad de las plataformas digitales la comparación social adquirió relevancia en la vida diaria de los adolescentes, debido a que las redes sociales constituyen un entorno ideal para compararse constantemente con otros usuarios.

La comparación social constituye un proceso psicológico mediante el cual las personas evalúan sus capacidades, características y valor personal a partir de la observación de otros individuos que funcionan cómo referentes dentro de su entorno social, por lo que dicha evaluación no surge de manera aislada sino en relación constante con estándares externos que permiten interpretar qué tan cercano o distante se encuentra un sujeto respecto a ciertos ideales socialmente valorados.

Durante la adolescencia este proceso adquiere mayor intensidad debido a la necesidad de pertenencia y aceptación grupal, situación que en espacios digitales cómo TikTok se vuelve aún más visible, ya que la exposición repetida a cuerpos musculosos, rostros idealizados o estilos de vida altamente estatizados puede promover comparaciones ascendentes que llevan al adolescente a percibir su propia imagen corporal cómo insuficiente o alejada del modelo dominante, afectando su autovaloración y satisfacción corporal (Crusius et al., 2022).

La Teoría de la Comparación Social, planteada por León Festinger, sostiene que los individuos

desarrollan procesos de autoevaluación a partir de la comparación con otras personas cuando no disponen de criterios objetivos para valorar sus propias capacidades o características, de modo que esta dinámica permite interpretar la posición que ocupa una persona dentro de su entorno social; en la adolescencia este proceso suele intensificarse debido a la necesidad de aceptación y reconocimiento grupal, situación que en entornos digitales cómo TikTok adquiere una dimensión más compleja porque la exposición continua a imágenes de cuerpos idealizados, rutinas de entrenamiento y estilos de vida altamente estatizados favorece comparaciones ascendentes, haciendo que muchos adolescentes evalúen su apariencia física frente a modelos percibidos cómo superiores, lo que puede influir en su satisfacción corporal, autoestima y construcción de autoimagen (Bonfani et al., 2025).

La Teoría de la Comparación Social, propuesta por León Festinger en 1954, plantea que las personas evalúan sus capacidades, características y valor personal mediante la comparación con otros individuos. Bernal (2015) resume este planteamiento al señalar que "los individuos evalúan su propio valor y capacidades mediante la comparación con otros" (p. 185). Esta perspectiva explica que las comparaciones suelen realizarse a partir de atributos como la apariencia física, el peso corporal o el estatus socioeconómico, referentes que permiten a las personas valorar su propia posición dentro del entorno social.

Dentro de su teoría Festinger plantea dos conceptos fundamentales: la comparación ascendente y descendente. Se dice que la comparación ascendente es cuando una persona se evalúa a sí misma tomando como referencia a alguien que percibe cómo mejor o más competente en algún objetivo. Por ejemplo, se compara con individuos que se destacan por sus habilidades y logros. En cambio, la comparación descendente se basa en una persona que es considerada inferior en algún aspecto (Gómez, 2020).

Debido a la dinámica de las redes sociales, Kayala, Madhu, & Werkun (2023) explican que hoy en día los adolescentes están expuestos a la vida de otros usuarios lo que genera comparación sea consciente o inconsciente, lo que incentiva a los usuarios a regresas continuamente a estos medios sociales.

1.6.6 *Influencia de TikTok en la identidad corporal*

Actualmente, el aumento de información en la red TikTok diseñadas principalmente para compartir y consumir contenidos multimedia generando a los usuarios de manera significativa la exposición de los jóvenes en el entorno digital. A diferencia de épocas anteriores, hoy pasan más tiempo interactuando con imágenes, videos y publicaciones que influyen en su identidad corporal su forma de pensar y relacionarse con los demás.

Un aspecto muy relevante, Según García (2025) los jóvenes crean sus propias “identidades virtuales” basándose en su vida personal y en las vivencias de quienes están a su alrededor por lo que intentan independizar las identidades sociales del mundo real. La identidad en espacios virtuales se refiere a la manera en que las personas establecen semejanzas entre ellas en función

de las tendencias generadas por el entorno de la tecnología. Así, los individuos tienen la capacidad de exponer, modifica o esconder cualquier información concreta sobre si mismos mediante varias identidades del espacio virtual (Muñoz et al., 2022).

Los Adolescentes crean una identidad digital que incluye una colección de datos en línea cómo imágenes de los usuarios información personal noticias comentarios preferencias y pasatiempos aquí la percepción que otros tienen de usuario en la red está predeterminada. Todo ese conjunto de datos crea una especie de perfil público que influye en cómo los demás los perciben en el entorno digital (Tualombo, 2022). Es decir, lo que suben comentan o muestran en línea termina formando la identidad corporal que otros construyen sobre ellos. Arellano (2023) explica que la identidad corporal en TikTok se configura en diálogo con estas representaciones que funcionan cómo referentes simbólicos de aceptación; por ello, en el caso de los varones TikTok contribuye a consolidar modelos de masculinidad asociado del rendimiento físico la musculatura y en el aspecto estético esta exposición reiterada a estos contenidos puede influir en la percepción del propio cuerpo y en la construcción de la autoestima especialmente en una etapa en donde los adolescentes empiezan a ser caracterizados por los cambios físicos y su búsqueda de reconocimiento social.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

En este capítulo se describe la metodología empleada para el desarrollo de la investigación, especificando el enfoque metodológico, el diseño, los métodos, las técnicas y los instrumentos utilizados para responder a las preguntas de investigación. Asimismo, se explica el procedimiento seguido para la recolección y el análisis de la información, con el propósito de examinar la influencia de los contenidos difundidos en TikTok sobre la percepción del ideal estético masculino en los adolescentes de la Unidad Educativa Natalia Jarrín.

2.1 Paradigma de la investigación

La investigación se sustentó en el paradigma pragmático, debido a que el análisis del fenómeno requirió integrar información cuantitativa y cualitativa para comprender las percepciones de los adolescentes sobre los ideales del cuerpo masculino difundidos en TikTok; este paradigma permitió utilizar diferentes técnicas de recolección de datos según las necesidades del estudio, sin limitar el análisis a una sola forma de aproximación, ya que las encuestas aportaron información sobre las tendencias de consumo y percepción, mientras que las entrevistas permitieron interpretar el fenómeno desde criterios profesionales vinculados con la comunicación, la psicología, la sociología y la educación física.

2.2 Enfoque o carácter de la investigación

La investigación adoptó un enfoque mixto al integrar procedimientos cuantitativos y cualitativos para comprender el fenómeno de estudio desde diferentes perspectivas. El componente cuantitativo permitió obtener información mediante la aplicación de encuestas a estudiantes varones de la Unidad Educativa Natalia Jarrín, con el propósito de identificar patrones de uso de TikTok, frecuencia de exposición, contenidos consumidos, percepción del cuerpo masculino y prácticas de comparación corporal. El componente cualitativo se desarrolló mediante entrevistas semiestructuradas dirigidas a profesionales de las áreas de comunicación, psicología, sociología y educación física, cuyos aportes facilitaron la interpretación de los resultados obtenidos y ampliaron la comprensión de los aspectos sociales, comunicacionales y educativos relacionados con la construcción del ideal corporal masculino.

2.3 Alcance de la investigación

El estudio tuvo un alcance descriptivo e interpretativo. Tal como señala Hernández Sampieri (2020) los estudios descriptivos únicamente pretenden medir o recoger información sobre las características de un fenómeno. Desde la perspectiva descriptiva, permitió caracterizar las percepciones de los adolescentes respecto a los contenidos relacionados con el cuerpo masculino difundidos en TikTok, identificando tendencias vinculadas con el consumo de la plataforma, la representación corporal, la comparación física y la valoración de la apariencia personal. El alcance interpretativo se desarrolló mediante el análisis de los criterios proporcionados por los profesionales entrevistados, lo que permitió comprender el fenómeno desde los ámbitos comunicacional, psicológico, social y educativo. En concordancia con los

objetivos planteados, la investigación no buscó establecer relaciones de causalidad ni comprobar asociaciones estadísticas entre variables, sino comprender cómo los adolescentes perciben los modelos corporales masculinos presentes en la plataforma digital.

2.4 Tipos de investigación

La investigación fue de campo, debido a que permitió identificar y caracterizar las percepciones de los adolescentes sobre los contenidos relacionados con el cuerpo masculino difundidos en TikTok, sin manipular las condiciones en las que ocurre el fenómeno estudiado. También fue de tipo documental, porque el desarrollo del marco teórico se sustentó en la revisión de literatura científica, libros y documentos especializados relacionados con comunicación digital, redes sociales, imagen corporal, estereotipos masculinos y adolescencia.

El estudio adoptó un diseño no experimental de corte transversal. Fue no experimental porque las variables no fueron manipuladas durante el proceso investigativo y la información se obtuvo en las condiciones naturales en las que se presenta el fenómeno. Asimismo, fue transversal debido a que los datos se recopilaron en un único momento, permitiendo describir las percepciones de los estudiantes durante el período en que se desarrolló la investigación.

2.5 Operacionalización de las variables

Tabla 7

Matriz de operacionalización

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Técnica e instrumento	Ítems
Contenidos relacionados con el cuerpo masculino difundidos en TikTok	Representaciones audiovisuales difundidas en TikTok que muestran modelos corporales masculinos, estilos de vida y patrones estéticos asociados con ideales de belleza y masculinidad.	Se analizó mediante una encuesta estructurada aplicada a estudiantes adolescentes, orientada a identificar las características del consumo de contenidos relacionados con el cuerpo masculino presentes en TikTok.	Uso y exposición a TikTok	Frecuencia de uso de la plataforma	Encuesta	P1-P3
				Tiempo diario de exposición	Encuesta	P2
				Tipo de contenido consumido	Encuesta	P4-P5

			Representación del cuerpo masculino	Características corporales predominantes en los contenidos	Encuesta	P6
				Modelo corporal identificado como ideal	Encuesta	P7
			Estereotipos corporales	Presencia de ideales estéticos masculinos	Encuesta	P13-P17
Percepción del cuerpo masculino	Valoración e interpretación que realizan los adolescentes sobre su propia imagen corporal a partir de la exposición a los modelos masculinos difundidos en TikTok.	Se analizó mediante encuestas aplicadas a estudiantes y entrevistas semiestructuradas dirigidas a profesionales, con el propósito de comprender la percepción del cuerpo masculino, la comparación física y la construcción de la autoimagen.	Comparación corporal	Comparación con modelos observados en TikTok	Encuesta / Entrevista	P8-P10 / Psicólogo
				Influencia percibida de los contenidos digitales	Entrevista	Comunicador
			Autoimagen corporal	Valoración de la apariencia personal	Encuesta / Entrevista	P9 / Psicólogo
				Cambios de hábitos relacionados con la apariencia física	Encuesta	P11
			Construcción de la autoimagen	Percepción de presión estética	Encuesta / Entrevista	P12-P15 / Sociólogo
				Interpretación social de los modelos corporales masculinos	Entrevista	Sociólogo y Docente de Educación Física

Nota: elaboración propia

La operacionalización de las variables permitió establecer la correspondencia entre los objetivos específicos, las dimensiones de análisis, los indicadores y los instrumentos utilizados para la recolección de la información. Este procedimiento facilitó la organización del proceso

metodológico y garantizó que cada uno de los aspectos estudiados respondiera al problema de investigación y a los objetivos planteados.

2.5 Técnicas e instrumentos de investigación

La recolección de la información se desarrolló mediante la aplicación de técnicas cuantitativas y cualitativas, seleccionadas de acuerdo con los objetivos de la investigación y con la naturaleza del fenómeno estudiado. La combinación de ambas técnicas permitió obtener información directamente de los adolescentes y complementar los resultados mediante la opinión de profesionales vinculados con la comunicación, la psicología, la sociología y la educación física, proporcionando una visión más amplia sobre los contenidos difundidos en TikTok y su relación con la percepción del cuerpo masculino.

2.5.1 Encuesta

La encuesta constituyó la principal técnica de recolección de información cuantitativa y fue aplicada a estudiantes varones de la Unidad Educativa Natalia Jarrín, con edades comprendidas entre los 14 y 18 años. Su finalidad fue identificar las características del consumo de TikTok, la frecuencia de uso de la plataforma, los contenidos relacionados con el cuerpo masculino, la comparación corporal, la percepción de la imagen física y los cambios de hábitos asociados a la exposición constante de estos contenidos.

El instrumento estuvo conformado por preguntas cerradas y de opción múltiple, organizadas en dimensiones relacionadas con los objetivos específicos de la investigación. El uso de esta técnica fue pertinente porque permitió recopilar información directa de los adolescentes y organizar los resultados mediante frecuencias y porcentajes; el tratamiento de los datos tuvo un carácter descriptivo, por lo que no se planteó la comprobación estadística de influencia causal, sino la identificación de tendencias generales sobre la manera en que los estudiantes interpretan y valoran los modelos corporales masculinos observados en TikTok.

2.5.2 Entrevista semiestructurada

La entrevista semiestructurada se utilizó como técnica de recolección de información cualitativa con el propósito de complementar e interpretar los resultados obtenidos mediante las encuestas. Su aplicación permitió analizar el fenómeno desde diferentes campos del conocimiento relacionados con la investigación, fortaleciendo la comprensión de los procesos comunicacionales y sociales asociados a la construcción del ideal corporal masculino.

Participaron cuatro profesionales seleccionados de manera intencional por su experiencia en áreas directamente vinculadas con el objeto de estudio. La profesional en comunicación aportó criterios sobre TikTok como medio de comunicación, las dinámicas de producción y circulación de contenidos y el papel de los creadores digitales en la difusión de modelos corporales masculinos. La psicóloga explicó los efectos que estos contenidos pueden generar sobre la imagen corporal, la autoestima y los procesos de comparación social durante la

adolescencia. El sociólogo analizó la construcción social de los estereotipos masculinos y su permanencia dentro de la cultura digital, mientras que el docente de educación física abordó la relación entre actividad física, autoconcepto corporal y aceptación de la propia imagen.

El instrumento estuvo conformado por preguntas abiertas organizadas de acuerdo con el área de conocimiento de cada entrevistado, lo que permitió obtener información especializada y complementar el análisis de los resultados cuantitativos desde una perspectiva interdisciplinaria.

2.6 Preguntas de investigación o hipótesis

La investigación incorporó hipótesis orientadas a guiar el análisis de la información recopilada y mantener correspondencia con los objetivos específicos planteados. Su formulación permitió organizar el proceso investigativo alrededor de los principales aspectos relacionados con el consumo de contenidos en TikTok, la percepción del cuerpo masculino y la adopción de estereotipos corporales durante la adolescencia. Estas hipótesis fueron analizadas a partir de la información obtenida mediante las encuestas aplicadas a los estudiantes y complementadas con los criterios emitidos por los profesionales entrevistados, en concordancia con el enfoque mixto adoptado en la investigación.

H1. Los adolescentes varones de la Unidad Educativa Natalia Jarrín están expuestos de forma frecuente a contenidos de TikTok relacionados con el cuerpo masculino.

H2. Los adolescentes manifiestan realizar comparaciones físicas con los modelos corporales masculinos difundidos en TikTok, situación que influye en la valoración de su propia imagen.

H3. Los contenidos relacionados con el cuerpo masculino difundidos en TikTok favorecen la adopción de estereotipos corporales entre los adolescentes participantes en el estudio.

2.7 Participantes

2.7.1 Población

La población de estudio estuvo conformada por 413 estudiantes varones de Bachillerato General Unificado y Bachillerato Técnico de la jornada matutina de la Unidad Educativa Natalia Jarrín, ubicada en el cantón Cayambe. Los participantes tenían edades comprendidas entre los 14 y 18 años y constituyeron la población objetivo por corresponder al grupo sobre el cual se desarrolló la investigación relacionada con la percepción del ideal estético masculino difundido en TikTok.

Tabla 10

Institución educativa

Nombre	**Unidad Educativa Natalia Jarrin**
Logo	
Estudiantes varones	413 hombres bachillerato
Fundación	Fundada en 1974 como un colegio femenino, tomando su nombre de una filántropa local que impulso la educación de mujeres junto a los salesianos.

Nota: *autoría propia en base a datos de la Unidad Educativa Natalia Jarrin*

2.7.2 Muestra probabilística

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la fórmula de muestreo para poblaciones finitas, considerando una población total de 413 estudiantes varones del bachillerato matutino de la Unidad Educativa Natalia Jarrín. Se trabajó con un nivel de confianza del 95% (Z=1,96), un margen de error del 5% (e=0,05) y una proporción esperada de p=q=0,5, al desconocer la variabilidad exacta del fenómeno estudiado; esta última decisión corresponde al criterio estadísticamente más conservador, ya que maximiza el tamaño muestral requerido y evita subestimar la representatividad de los resultados obtenidos.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2(N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

N = tamaño de la población = 413

Z = nivel de confianza (95 %) = 1,96

p = probabilidad de ocurrencia = 0,50

q = probabilidad de no ocurrencia = 0,50

e = margen de error = 0,05

Sustituyendo los valores:

$$n = \frac{413(1.96)^2(0.50)(0.50)}{(0.05)^2(413-1) + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{396.64}{1.99} = 199.3$$

Como resultado de la aplicación de la fórmula se obtuvo un tamaño muestral de 199 estudiantes, cifra que fue redondeada a 200 participantes. Este ajuste corresponde a una práctica estándar dentro del diseño muestral: redondear hacia abajo habría dejado la muestra ligeramente por debajo del tamaño necesario para sostener el nivel de confianza y el margen de error definidos, mientras que redondear al alza no compromete la validez estadística del cálculo, sino que la refuerza.

Es importante señalar que la muestra de 200 estudiantes representa aproximadamente el 48,4% del universo total de 413 estudiantes, es decir, casi la mitad de la población de estudio. Esta fracción muestral excede ampliamente los umbrales de representatividad comúnmente aceptados en investigaciones de comunicación y ciencias sociales con poblaciones finitas de tamaño similar, en las que fracciones de entre el 10% y el 20% ya se consideran adecuadas. En consecuencia, el tamaño obtenido no solo cumple con el criterio estadístico formal, sino que fortalece la precisión y la validez interna de los hallazgos dentro del contexto institucional analizado.

De acuerdo con Hernández Sampieri (2020) en estudios descriptivos con poblaciones finitas una muestra calculada bajo estos parámetros garantiza la representatividad de los datos permitiendo generalizar los pasatiempos de la población total con un riesgo de error controlado del 5%. Por tanto, la recolección de los 413 datos del universo resultado metodológicamente redundante dado que el tamaño muestral alcanzado y ha garantizado la validez e invariabilidad de las tendencias analizadas.

Esta decisión resulta además coherente con el enfoque mixto y el alcance descriptivo-interpretativo del estudio: al no perseguirse la comprobación de relaciones causales ni la aplicación de pruebas estadísticas inferenciales complejas que exigirían tamaños muestrales calculados bajo criterios de potencia estadística, la muestra obtenida es óptima para el objetivo planteado, orientado a caracterizar frecuencias, tendencias y patrones de percepción del cuerpo masculino en contenidos de TikTok. El componente cuantitativo, sustentado en esta muestra robusta, se complementa con el componente cualitativo derivado de las entrevistas a profesionales expertos, lo que en conjunto garantiza la consistencia y la solidez metodológica del diseño de investigación.

2.8. Perfil de los entrevistados

La fase cualitativa contó con la participación de profesionales seleccionados por su relación con el tema de estudio; participaron una profesional del área de comunicación, una psicóloga clínica, un sociólogo y un docente de educación física, cuyos perfiles permitieron abordar el fenómeno desde la comunicación digital, la salud emocional adolescente, la construcción social de los estereotipos masculinos y la relación entre cuerpo, actividad física y aceptación personal.

Tabla 11

Tipos de expertos

Profesional	Descripción	Temática
Docente /	Profesional con experiencia en	TikTok como medio de comunicación;

comunicadora MSc. Anita Culqui	análisis de medios digitales y creación de contenido audiovisual enfocado en juventudes actuales.	contenidos masculinos más difundidos en TikTok; tendencias e influencers juveniles; estrategias comunicativas digitales.
Psicóloga clínica Lic. Ariana Cadena	Especialista en desarrollo emocional y autoestima en adolescentes, con experiencia en orientación educativa.	Imagen corporal en adolescentes hombres; comparación social en redes digitales; impacto emocional y psicológico de la exposición constante a los ideales masculinos; influencia de los contenidos de TikTok.
Sociólogo Lic. Mario Benítez	Experto en estudios de juventudes y cultura digital contemporánea.	Construcción social del cuerpo masculino; estereotipos masculinos más vistos; influencia cultural de TikTok como medio digital.
Docente de Educación Física Lic. Cristian Luna	Profesional experto en la pedagogía del movimiento, el desarrollo psicomotriz, la salud corporal y la formación integral de los estudiantes a través de la cultura física.	Impacto integral de la actividad física en la autoimagen; relación entre el autoconcepto físico y la aceptación corporal; influencia de los estándares digitales en el rendimiento y la conducta física.

Nota: *autoría propia en base a entrevistas*

2.9. Validez de los instrumentos

Los instrumentos utilizados en la investigación fueron elaborados a partir de la revisión de literatura científica relacionada con la comunicación digital, la imagen corporal, la comparación social, los estereotipos masculinos y el consumo de contenidos en TikTok. Su construcción mantuvo correspondencia con los objetivos específicos, las dimensiones de análisis y los indicadores definidos durante la operacionalización de las variables.

Posteriormente, se realizó una revisión metodológica de los instrumentos con el propósito de verificar la claridad de las preguntas, la coherencia de la redacción, la pertinencia de cada ítem y su correspondencia con el fenómeno investigado. Este proceso permitió efectuar los ajustes necesarios antes de la aplicación de las encuestas y entrevistas, procurando obtener información suficiente para responder a las preguntas de investigación.

2.10. Procedimiento y plan de análisis de datos

La recolección de información se realizó durante los meses de marzo y abril de 2026; se diseñaron la encuesta y la entrevista semiestructurada considerando las dimensiones e indicadores definidos en la operacionalización de las variables. Una vez estructurados los instrumentos, se gestionó la autorización institucional para desarrollar el trabajo de campo en la Unidad Educativa Natalia Jarrín de Cayambe.

En primer lugar, se aplicaron las encuestas a los estudiantes varones de la Unidad Educativa Natalia Jarrín, posteriormente las respuestas fueron organizadas en una base de datos para su tabulación y análisis descriptivo, utilizando frecuencias y porcentajes para identificar

tendencias relacionadas con uso de TikTok, contenidos consumidos, comparación física, percepción de modelos corporales masculinos y cambios vinculados con la apariencia personal.

En la fase cualitativa se aplicaron entrevistas semiestructuradas a los profesionales seleccionados, las cuales fueron revisadas mediante un análisis descriptivo e interpretativo orientado a identificar criterios comunes, diferencias de enfoque y aportes especializados sobre la problemática investigada; la integración de ambos tipos de información permitió complementar los datos estadísticos con explicaciones profesionales, fortaleciendo la comprensión del fenómeno sin presentar afirmaciones causales que no correspondan al diseño metodológico utilizado. Finalmente, la información obtenida fue organizada para su procesamiento y análisis, permitiendo integrar los resultados cuantitativos y cualitativos en función de los objetivos específicos establecidos en la investigación.

2.11 Análisis de la información

La información obtenida mediante las encuestas fue organizada en una base de datos para su procesamiento mediante estadística descriptiva. Se calcularon frecuencias absolutas y porcentajes para cada una de las preguntas del cuestionario, resultados que posteriormente fueron representados mediante tablas y gráficos estadísticos con el propósito de facilitar su interpretación.

La información procedente de las entrevistas fue analizada mediante un proceso de interpretación temática, identificando los principales criterios emitidos por los profesionales entrevistados y relacionándolos con los resultados cuantitativos y con los fundamentos teóricos desarrollados en la investigación.

La integración de ambos componentes permitió interpretar el fenómeno desde una perspectiva complementaria, fortaleciendo el análisis sobre la percepción del ideal estético masculino difundido en TikTok entre los adolescentes de la Unidad Educativa Natalia Jarrín.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

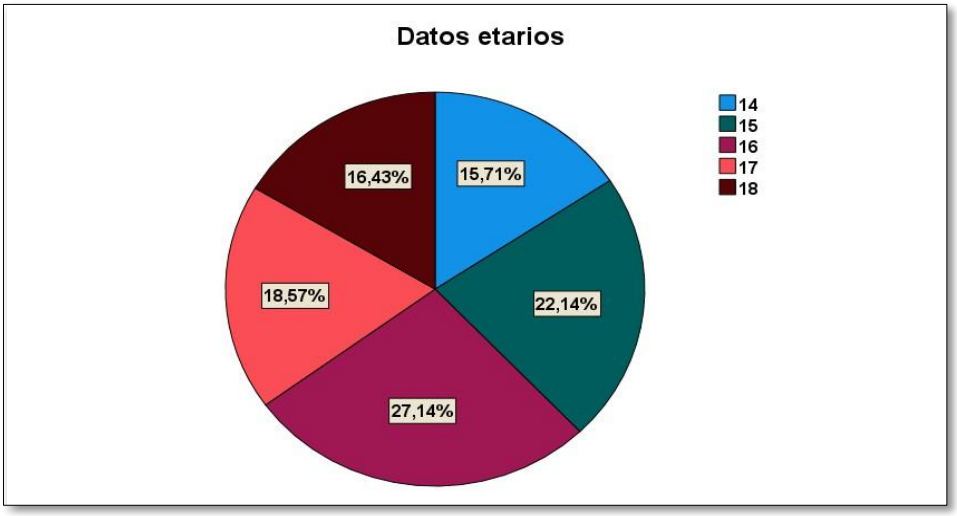
3.1 Análisis de resultados cuantitativos

El presente capítulo expone los hallazgos obtenidos a partir del proceso estadístico de los datos recolectados, utilizando el software SPSS cómo herramienta de análisis. Los resultados se organizan en torno al eje central de la investigación permitiendo examinar la influencia de TikTok en la percepción corporal de los adolescentes varones dentro del entorno educativo.

El alcance de este análisis cuantitativo es identificar actitudes, percepciones y patrones de consumo que definen la relación de los jóvenes con los contenidos de la plataforma. Este ordenamiento permite reconocer con claridad las tendencias y relaciones entre las variables que contribuyan comprender de qué manera TikTok incide en la construcción del ideal corporal masculino entre los adolescentes de 14 a 18 años.

3.2 Resultado de encuestas

Figura 7
Datos etarios



Nota: Elaboración propia.

Análisis:

La distribución etaria de los encuestados muestra una mayor concentración de adolescentes de 16 años, quienes representan el 27,14 % de la muestra, mientras que los estudiantes de 14 años constituyen el grupo con menor participación, con el 15,71 %, lo que permite identificar que la investigación se desarrolló principalmente con adolescentes ubicados en una etapa media del proceso formativo y de construcción identitaria; este dato es relevante para el estudio porque la adolescencia constituye un periodo sensible para la valoración de la apariencia física, la búsqueda de aceptación social y la interpretación de modelos corporales presentes en entornos

digitales, por lo que la edad de los participantes permite contextualizar cómo los contenidos de TikTok pueden ser percibidos en relación con los ideales del cuerpo masculino, la comparación física y la formación de la autoimagen corporal.

Figura 8
Uso diario de Tiktok

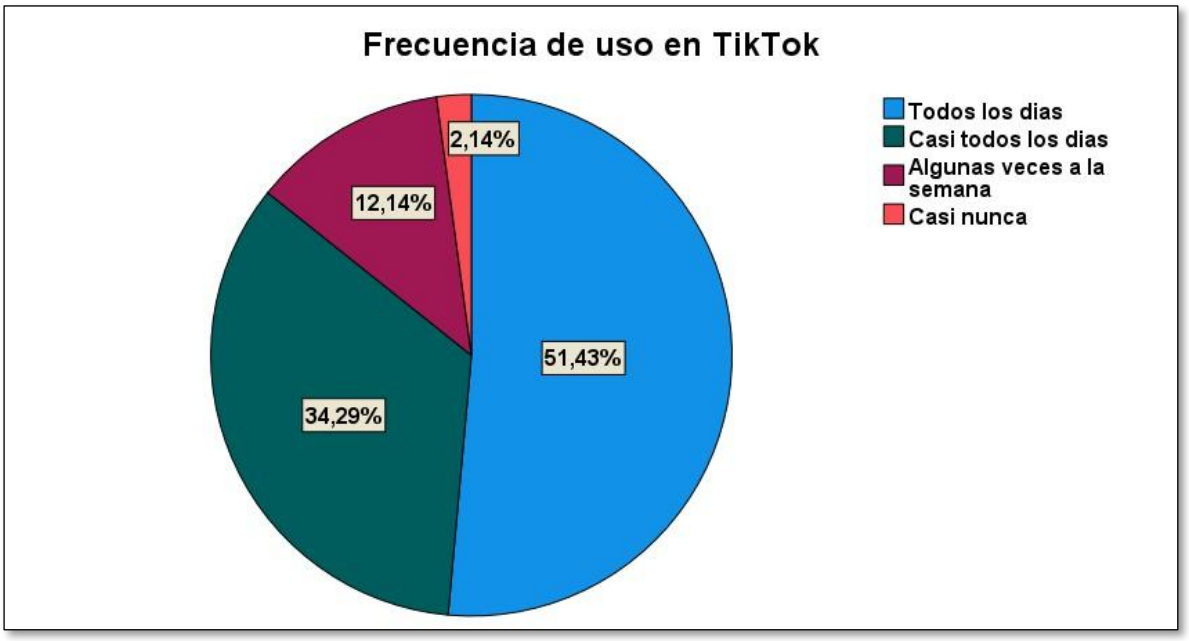


Nota: Elaboración propia.

Análisis:

El tiempo de uso de TikTok evidenció que el 34,29 % de los encuestados, equivalente a 48 estudiantes, permanece en la plataforma entre una y dos horas diarias, constituyendo el grupo predominante, mientras que un 27,14 % reportó un consumo superior a cuatro horas al día, dato que resulta especialmente relevante al considerar el nivel de exposición sostenida a contenidos audiovisuales; estos resultados permiten inferir que una proporción considerable de adolescentes mantiene contacto frecuente con los mensajes visuales difundidos en TikTok, situación que guarda relación con el objetivo de analizar la influencia de esta red social en la construcción de percepciones sobre el cuerpo masculino, ya que una mayor exposición incrementa la probabilidad de internalizar estereotipos corporales asociados con musculatura, atractivo físico y aceptación social, aspecto que puede explicarse desde la Teoría del Cultivo de Gerber y la Teoría de la Comparación Social de Festinger, las cuales sostienen que la exposición repetida a determinados modelos visuales puede normalizar ideales estéticos y favorecer procesos de autoevaluación corporal entre los adolescentes.

Figura 9
Frecuencia de uso en Tiktok

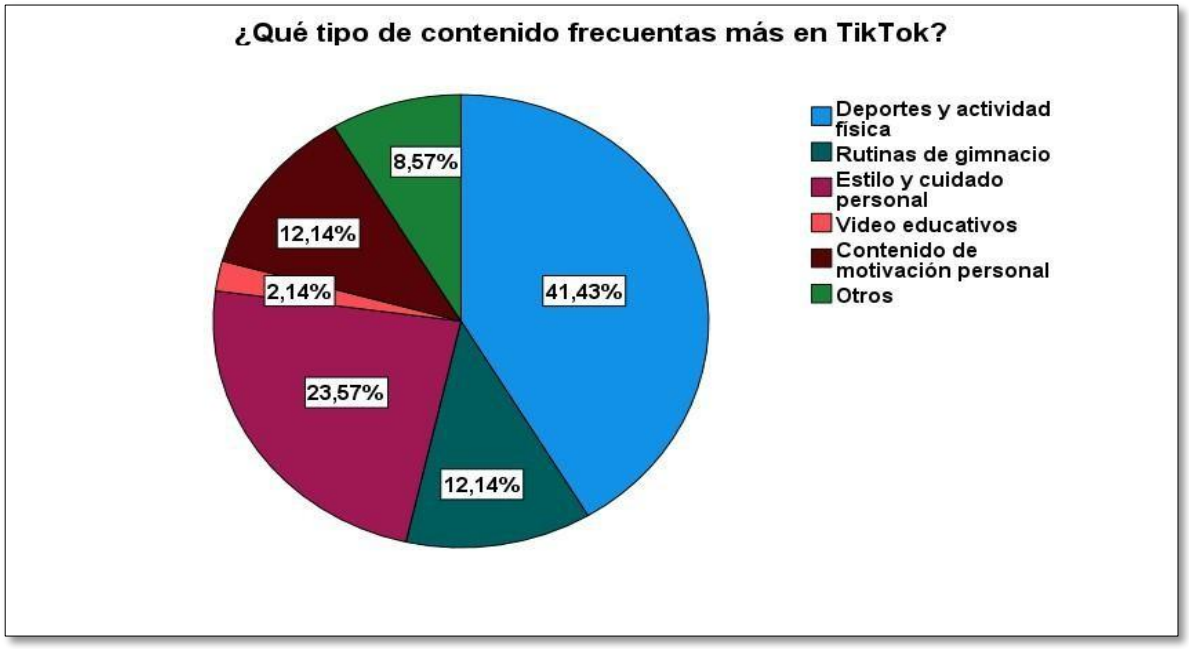


Nota: Elaboración propia

Análisis:

La frecuencia de uso de TikTok evidenció que el 51,43 % de los encuestados consume contenidos en la plataforma todos los días, mientras que un 34 % accede casi diariamente, lo que demuestra que esta red social mantiene una presencia constante en la rutina digital de la mayoría de los adolescentes; este hallazgo resulta relevante para el objetivo de identificar la influencia comunicacional de TikTok en la percepción del cuerpo masculino, debido a que la exposición cotidiana a contenidos audiovisuales incrementa la interacción repetitiva con discursos, imágenes y representaciones corporales que pueden convertirse en referentes normalizados de masculinidad, por lo que la alta recurrencia de uso sugiere que TikTok no solo funciona cómo un espacio de entretenimiento y socialización, sino también cómo un entorno que puede influir de forma continua en la autopercepción corporal, favoreciendo procesos de comparación social e internalización de ideales estéticos masculinos.

Figura 10
El contenido que frecuentan en Tiktok



Nota: Elaboración propia

Análisis:

Los resultados evidencian una clara predominancia de contenidos vinculados con la apariencia física y el rendimiento corporal, donde deportes y actividad física concentran el 41,43 % del consumo, seguidos por contenidos relacionados con estilo y cuidado personal con un 23,57 %, lo que permite identificar que una parte considerable de los adolescentes se expone de forma recurrente a mensajes visuales asociados con el cuerpo, la estética y la mejora física; este hallazgo resulta relevante para el primer objetivo específico, ya que sugiere que TikTok no solo actúa como una plataforma de entretenimiento, sino también cómo un espacio donde circulan representaciones corporales masculinas que refuerzan ideales de disciplina, atractivo y condición física, de modo que la alta exposición a este tipo de contenidos puede favorecer la internalización de estereotipos corporales y consolidar referentes estéticos que influyen en la valoración del propio cuerpo y en la construcción de la autoimagen.

Figura 11
Publicaciones que predominan en influencers en Tiktok

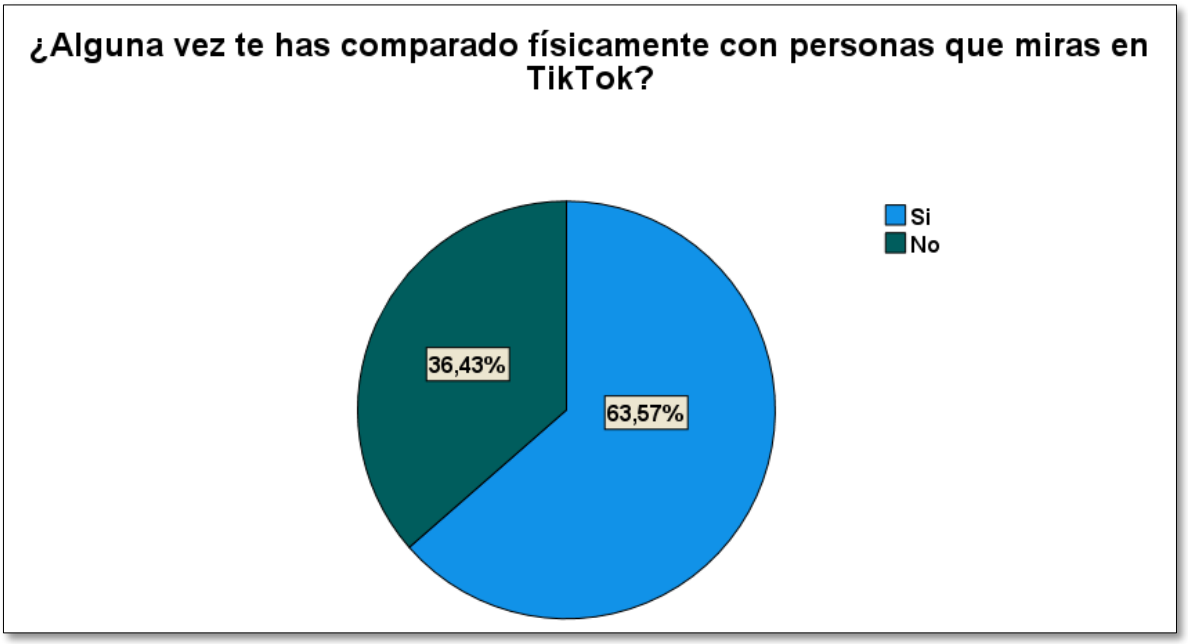


Nota: Elaboración propia.

Análisis:

Los resultados muestran que los adolescentes presentan mayor interés por publicaciones relacionadas con entrenamientos, categoría que alcanza el 37,86 %, seguida por contenidos asociados al carisma y humor de los creadores con un 31,43 %, lo que evidencia que el consumo de contenido masculino en TikTok no se limita exclusivamente a la apariencia física, sino que también incorpora atributos vinculados con disciplina, constancia y rasgos de personalidad; no obstante, el hecho de que la apariencia física y estética ocupe el tercer lugar con un 16,43 % mantiene relevancia dentro del fenómeno estudiado, ya que refleja que el componente corporal continúa siendo un referente importante en la construcción del ideal masculino, sugiriendo que para los adolescentes la percepción de masculinidad no se configura únicamente desde el aspecto visual, sino desde una combinación entre cuerpo, actitud y desempeño social, elementos que pueden influir en la forma en que interpretan y valoran su propia imagen corporal.

Figura 12
Comparaciones físicas para los adolescentes en Tiktok

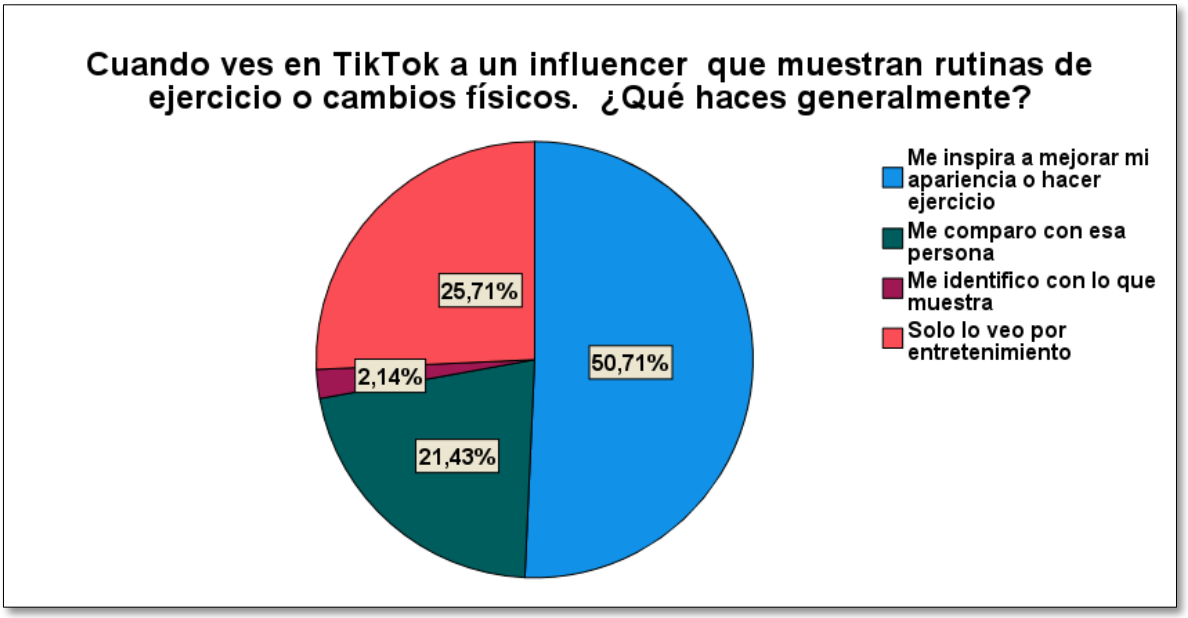


Nota: Elaboración propia.

Análisis:

Los resultados evidencian que el 63,57 % de los encuestados, equivalente a 128 adolescentes, manifestó haberse comparado físicamente en algún momento con las personas que observa en TikTok, mientras que el 36,43 % indicó no haber experimentado este tipo de comparación, lo que permite identificar una marcada presencia de procesos de autoevaluación corporal dentro del entorno digital; este hallazgo resulta especialmente relevante para la investigación, ya que sugiere que el consumo de contenido en TikTok trasciende el entretenimiento y se convierte en un espacio donde los adolescentes contrastan su propia apariencia con modelos corporales visualmente idealizados, favoreciendo dinámicas de comparación social que pueden influir en la percepción del cuerpo masculino y en la construcción de la autoimagen, aspecto que coincide con la Teoría de la Comparación Social de Festinger, según la cual la exposición constante a referentes percibidos cómo superiores puede incidir en la valoración personal y en la satisfacción corporal.

Figura 13
Rutinas de ejercicios o cambios físicos

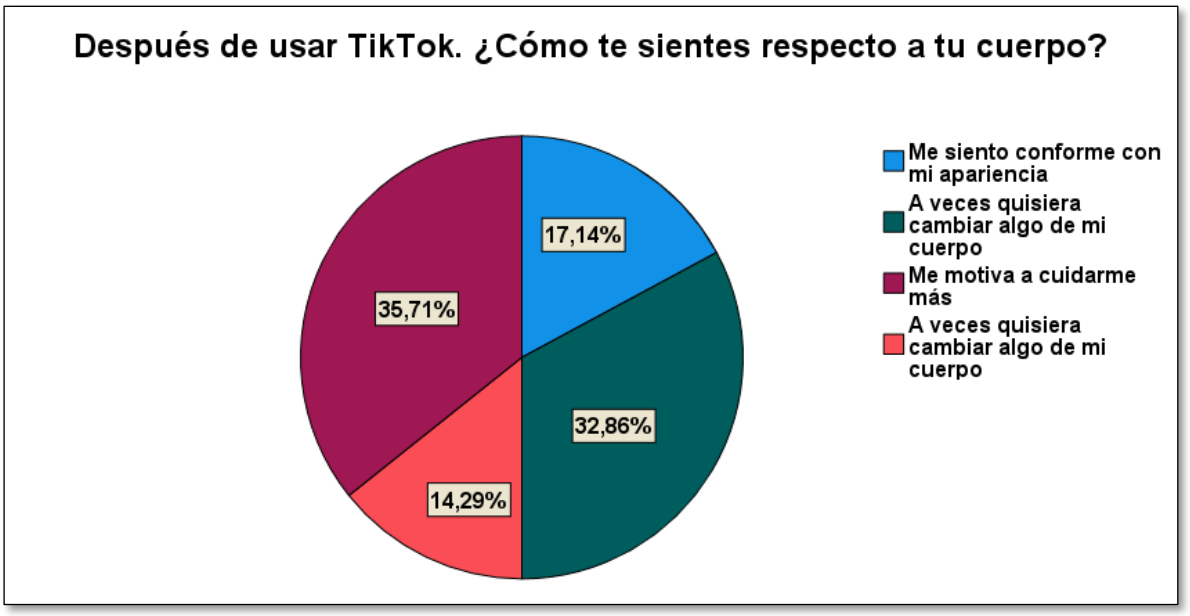


Nota: Elaboración propia.

Análisis:

Los resultados muestran que el 50,71 % de los encuestados manifestó sentirse motivado por contenidos relacionados con rutinas de ejercicio o cambios físicos observados en TikTok, lo que evidencia que este tipo de publicaciones ejerce una influencia significativa en la forma en que los adolescentes valoran el mejoramiento corporal y la modificación de hábitos personales; por otra parte, el 25,71 % indicó no consumir este tipo de contenido de manera habitual y un 21,43 % expresó una postura de incertidumbre, reflejando que la influencia de la plataforma no es homogénea en toda la población estudiada. Este hallazgo resulta relevante dentro del fenómeno investigado, ya que sugiere que TikTok no solo expone a los adolescentes a modelos corporales idealizados, sino que también puede incentivar procesos de imitación y aspiración física, aspecto que guarda relación con la Teoría del Aprendizaje Social de Bandura, según la cual la observación repetida de modelos socialmente valorados puede favorecer la adopción de conductas orientadas a alcanzar estándares de aceptación y reconocimiento social, especialmente en contextos donde la apariencia física adquiere alta visibilidad.

Figura 14
Reacción respecto a cómo se sienten después de usar Tiktok



Nota: Elaboración propia.

Análisis:

Los resultados evidencian una relación ambivalente entre el consumo de contenido en TikTok y la percepción corporal de los adolescentes, ya que el 35,71 % manifestó que el uso de la plataforma los motiva a cuidar más su apariencia física, mientras que un 32,86 % expresó deseos de modificar aspectos de su cuerpo, lo que permite observar que la exposición a contenidos visuales puede generar tanto estímulos orientados al autocuidado cómo procesos de insatisfacción corporal; por otra parte, únicamente el 17,14 % indicó sentirse conforme con su apariencia física, mientras que el 14,29 % señaló no reflexionar sobre este aspecto, situación que sugiere que la constante exposición a estándares corporales idealizados en TikTok tiende a fortalecer procesos de autoevaluación y comparación física, influyendo en la construcción de la autoimagen y en la forma en que los adolescentes valoran su propio cuerpo frente a referentes estéticos socialmente legitimados.

Figura 15
Cambios físicos debido a lo que observan en la plataforma

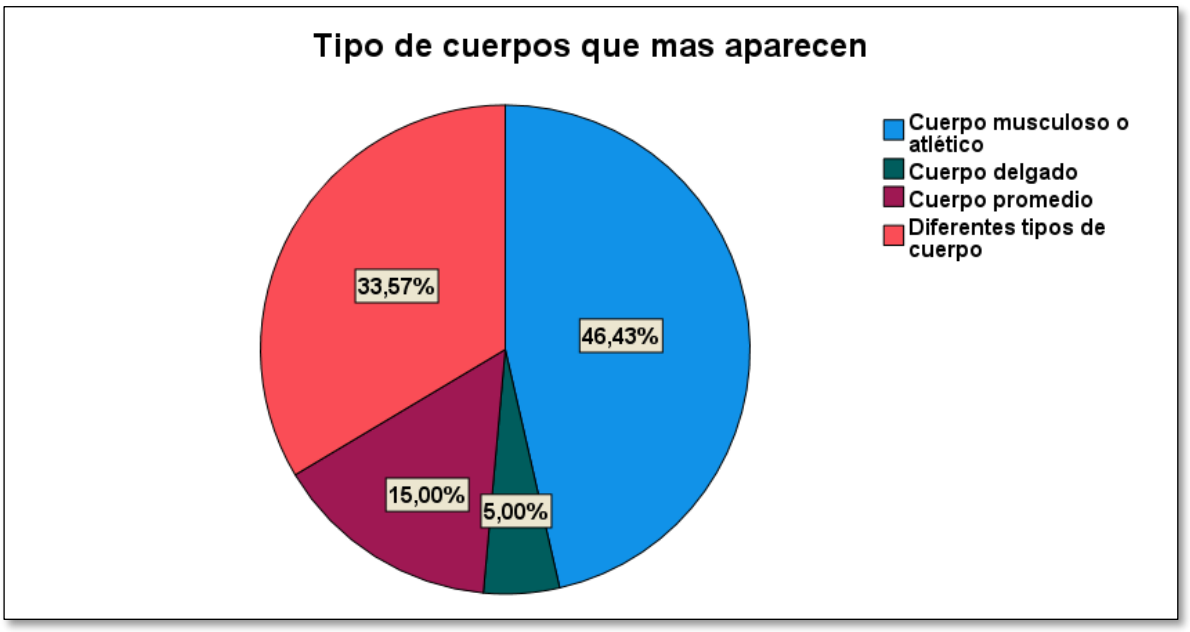


Nota: Elaboración propia.

Análisis:

Los resultados evidencian que la exposición a contenidos relacionados con apariencia física en TikTok trasciende el consumo pasivo y se refleja en cambios concretos en los hábitos de los adolescentes, ya que el 31,43 % manifestó haber intentado iniciar rutinas de ejercicio, mientras que el 26,43 % señaló prestar mayor atención al cuidado de su apariencia física, lo que demuestra una influencia significativa de la plataforma en prácticas orientadas al mejoramiento corporal; de igual forma, el 15 % indicó haber modificado hábitos hacia estilos de vida más saludables y un 13,57 % reconoció cambios en su forma de vestir, sugiriendo que los contenidos observados no solo impactan la percepción estética, sino también comportamientos cotidianos vinculados con la imagen personal. En contraste, el 12,14 % afirmó no haber realizado cambios, lo que indica que la influencia de TikTok no afecta de manera uniforme a toda la población estudiada; en términos interpretativos, estos hallazgos sugieren que la constante exposición a modelos corporales idealizados puede favorecer procesos de imitación y adaptación conductual, reforzando la idea de que TikTok actúa cómo un agente de influencia social y estética en la construcción de la autoimagen adolescente.

Figura 16
Tipos de cuerpos con demanda en Tiktok



Nota: Elaboración propia.

Análisis:

Los resultados evidencian que el cuerpo musculoso o atlético constituye el principal referente corporal masculino dentro de TikTok, al ser identificado por el 46,43 % de los encuestados cómo el tipo de cuerpo que predomina en la plataforma, lo que demuestra una clara preferencia por representaciones asociadas con fortaleza física, disciplina y atractivo estético; aunque un 33,57 % reconoció la presencia de una mayor variedad de tipos corporales, la baja visibilidad del cuerpo promedio con un 15 % y del cuerpo delgado con apenas un 5 % sugiere que la exposición mediática continúa privilegiando modelos corporales específicos por encima de otros. Este hallazgo resulta relevante para la investigación, ya que permite inferir que TikTok refuerza representaciones corporales masculinas cercanas al ideal atlético, favoreciendo la consolidación de estereotipos físicos socialmente valorados que pueden influir en la forma en que los adolescentes construyen sus referentes de masculinidad, aceptación social y valoración corporal, aspecto que guarda relación con la teoría de la masculinidad hegemónica de Connell y con la teoría de la representación de Stuart Hall.

Figura 17
Contenido que predomina en Tiktok

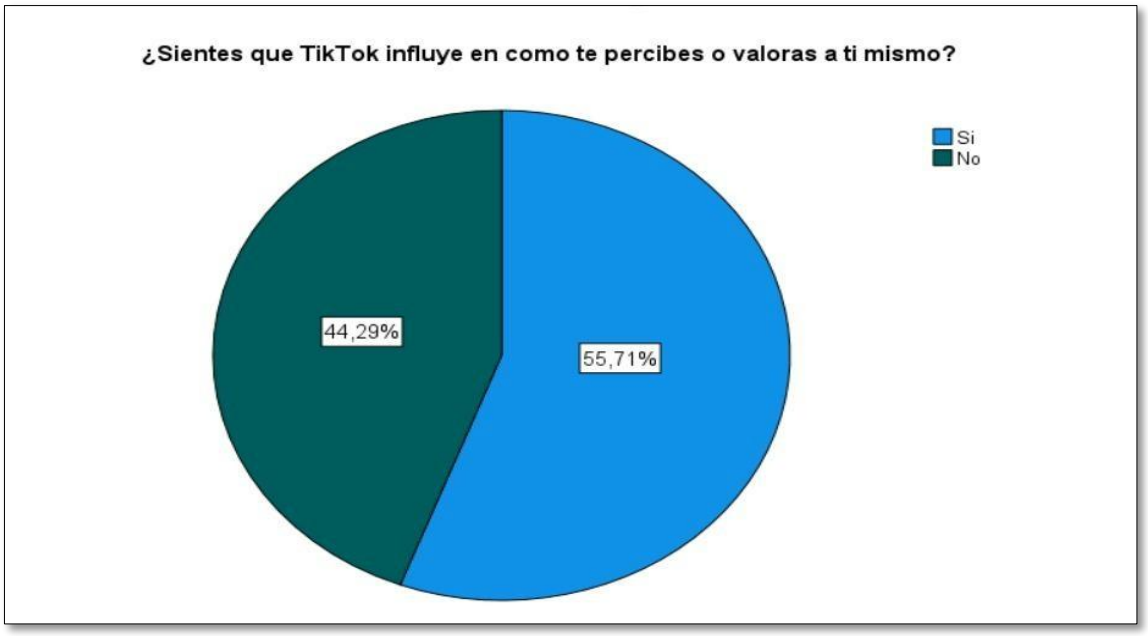


Nota: Elaboración propia.

Análisis:

Los resultados muestran que la condición física constituye el principal elemento de atención dentro del contenido consumido en TikTok, al concentrar el 29,29 % de las respuestas, lo que sugiere que la apariencia corporal representa un factor relevante en el estímulo visual y en la construcción del interés inicial de los adolescentes frente a los contenidos digitales; de forma complementaria, el 20 % señaló sentirse atraído por rutinas y actividades, mientras que el 18,57 % manifestó prestar mayor atención a la información compartida, evidenciando que el consumo no se orienta exclusivamente hacia componentes estéticos, sino también hacia contenidos percibidos cómo útiles o aplicables en la vida cotidiana. La menor incidencia de factores cómo tendencias virales y moda no reduce su relevancia dentro del fenómeno, sino que permite inferir que el atractivo del contenido en TikTok responde a una combinación entre estética corporal, utilidad práctica y elementos de interacción social, lo que refuerza la idea de que la identidad visual del creador de contenido influye significativamente en la captación de la atención y en la construcción de referentes corporales entre los adolescentes.

Figura 18
Cómo influye en Tiktok en los adolescentes



Nota: Elaboración propia.

Análisis:

Este resultado es uno de los más relevantes del estudio porque permite identificar de forma directa el nivel de influencia percibida que TikTok ejerce sobre la autovaloración de los adolescentes; los datos muestran que el 55,71 % de los encuestados reconoce que el contenido consumido en esta plataforma influye en la manera en que valora su apariencia personal, mientras que el 44,29 % considera no experimentar dicha influencia, lo que evidencia que, aunque el impacto no es uniforme en toda la población, existe una mayoría que percibe una relación entre el consumo de contenido digital y su autoevaluación corporal. Este hallazgo sugiere que TikTok trasciende su función de entretenimiento y se configura cómo un espacio de socialización simbólica donde circulan representaciones corporales masculinas que pueden influir en la construcción de la autoimagen, favoreciendo procesos de comparación social y valoración personal frente a estándares estéticos recurrentes, aspecto que refuerza la idea de que la exposición constante a contenidos visuales puede incidir en el autoconcepto y en la percepción del propio cuerpo durante una etapa especialmente sensible del desarrollo identitario.

Figura 19
Importancia en la interacción social para Tiktok



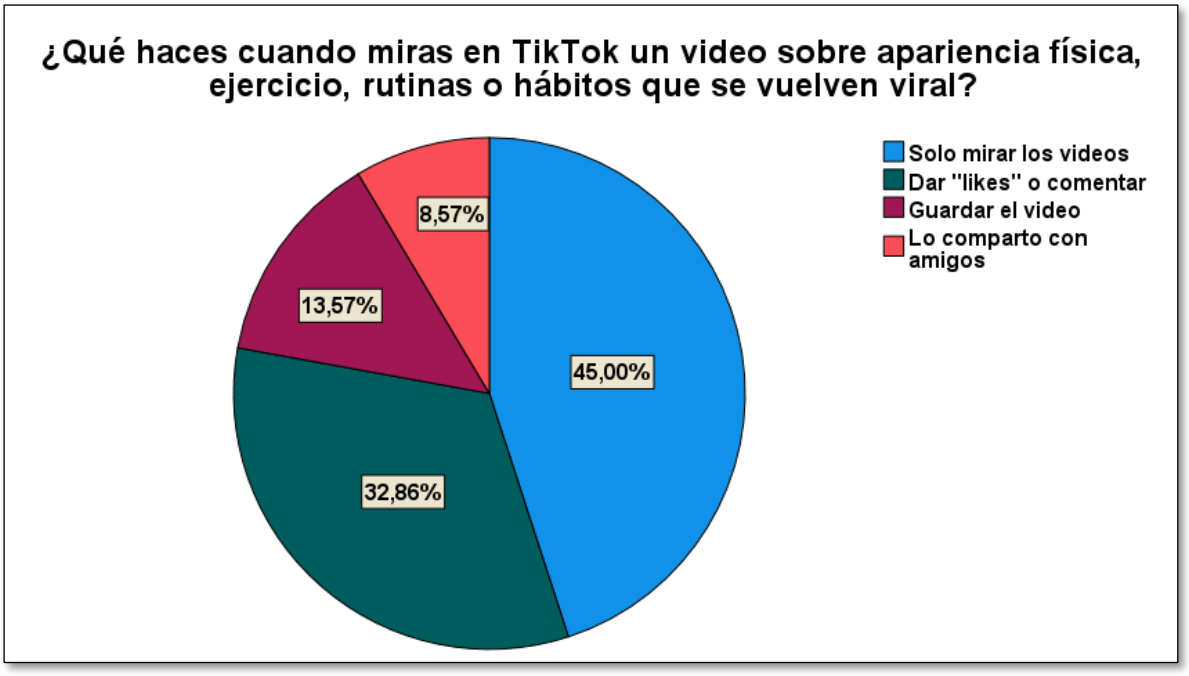
Nota: Elaboración propia.

Análisis:

Este resultado permite analizar el papel de la retroalimentación digital en la experiencia de uso de TikTok, particularmente la relevancia que adquieren métricas de interacción cómo los “likes” dentro de la validación social de los adolescentes; los datos muestran que el 32,14 % de los encuestados manifestó que le agrada recibir “likes”, mientras que el 29,29 % lo considera algo normal, lo que sugiere que para una parte importante de la muestra estas interacciones forman parte habitual de su dinámica digital y pueden influir en la forma en que interpretan la aceptación social dentro de la plataforma. Este hallazgo resulta relevante para la investigación porque evidencia que la retroalimentación digital no opera únicamente cómo una métrica de interacción, sino también cómo un mecanismo simbólico de reconocimiento que puede reforzar procesos de aprobación social, comparación y autovaloración, especialmente en contenidos donde la imagen corporal y la apariencia física adquieren alta visibilidad, aspecto que refuerza la influencia de TikTok en la construcción de referentes de aceptación y valoración estética entre los adolescentes.

Figura 20

Qué haces cuando miras Tiktok un video sobre apariencia física, ejercicio, rutinas o hábitos que se vuelven viral



Nota: Elaboración propia.

Análisis:

Este resultado permite comprender no solo qué contenido consumen los adolescentes, sino también cómo interactúan con él dentro de TikTok, aspecto relevante para interpretar el nivel de involucramiento digital frente a contenidos relacionados con salud, estética y cuerpo masculino; los datos muestran que el 45 % de los encuestados prefiere únicamente mirar videos, lo que indica un consumo predominantemente observacional, mientras que el 32,86 % interactúa mediante “likes” o comentarios, evidenciando una participación más activa dentro de la plataforma. De forma complementaria, el 13,57 % guarda videos para revisarlos posteriormente y el 8,57 % los comparte con otras personas, lo que sugiere que determinados contenidos trascienden el consumo momentáneo y adquieren valor cómo referencia, consulta o interacción social; en términos interpretativos, estos hallazgos permiten inferir que TikTok funciona cómo un espacio donde los adolescentes no solo observan contenidos sobre apariencia física y estilos de vida, sino que también participan en dinámicas de validación y circulación de mensajes que pueden reforzar procesos de aprendizaje por observación, comparación social y construcción de referentes corporales dentro de su entorno digital y social.

3.3 Resultados del análisis cualitativo

En el marco de esta investigación, se despliega un análisis cualitativo de datos obtenidos a

través de entrevistas semiestructuradas realizadas a tres expertos con amplia experiencia en su ámbito profesional. Este grupo está conformado por un sociólogo, una psicóloga y docente de comunicación, cuyas experiencias permiten abordar el fenómeno de TikTok y su impacto en los ideales del cuerpo masculinos.

El objetivo central de este apartado es realizar una disección profunda de los discursos para identificar patrones emergentes, significados compartidos y tendencias socio comunicacionales que no son perceptibles a simple vista. La riqueza discursiva de estos expertos proporciona el marco interpretativo necesario para comprender la opinión de cada uno de ellos de manera profesional.

3.3.1 Análisis de entrevista MSc. Mario Benítez

La entrevista realizada al sociólogo Mario Benítez, funcionario de la Prefectura de Imbabura, tuvo como objetivo obtener una visión crítica sobre la influencia de la plataforma TikTok en la sociedad contemporánea. En su análisis, el experto aborda la función que cumplen los estereotipos de belleza, señalando que los ideales corporales no son algo nuevo: cada etapa tiene lo suyo. Para ilustrar la valoración estética masculina pone como ejemplo a Miguel ángel que ha sido objeto de representación a lo largo del tiempo.

Ahora en la actualidad, el experto identifica una tensión entre dos tendencias opuestas en la juventud: una caracterizada por cuidar su apariencia física y otra que manifiestan desinterés en mantener una vida cuidada. Esta dicotomía revela que la cultura contemporánea no opera bajo una lógica corporal, más bien genera múltiples posibilidades de ser y mostrarse. Cuando afirma que si se conjuga las tres partes se tiene un todo o una persona ideal. Frente a esto, Benítez propone un modelo holístico del desarrollo humano que integre cuerpo, mente y espíritu. De esta forma, advierte que el contenido utilizado en esta app resulta problemático al solo centrarse netamente en el físico, ofreciendo una visión incompleta y parcial del desarrollo personal.

Esta perspectiva resulta significativa porque permite ubicar a TikTok no cómo el origen del problema sino cómo un espacio donde se visualiza cuerpos idealizados y reales siendo parte del consumo cotidiano en adolescentes. Es relevante subrayar que esta aplicación dictamina una dinámica de acción, reacción, causa y efecto. Por ende, esta inmediatez altera la forma en que los adolescentes procesa la realidad, convirtiendo el feed de noticias en una guía de uso sobre la “normalidad”. La app funciona mediante un sistema de interacción donde el joven aprende a observar temas de vestimenta, moda o estética física, los cuales son reforzados por algoritmos que premian la repetición de tendencias sobre la originalidad. No obstante, el experto advierte que este ecosistema puede ser limitante si el usuario carece de herramientas criticas cambiando la plataforma en un espejo que solo devuelve imágenes de perfección inalcanzable.

La construcción de masculinidad en este entorno está ligada a la visibilidad y aprobación externa. El discurso mediático actual prioriza ciertos rasgos físico que se vuelven virales formando una hegemonía estética que tratan de imitar. Señaló que si alguien le gusta ir al

gimnasio que ahora se observa que es un boom. Hoy en día el cuidado del cuerpo ya no es por salud, más bien por sentir aceptación por los demás y sentirse el centro de atención por lo que miran en la red. El cuerpo “fit” o “aesthetic” se ha convertido en la principal forma en que los hombres expresan éxito y disciplina personal. Sin embargo, esta búsqueda de identidad a través de la imagen conlleva una presión invisible. Destacando sobre la vulnerabilidad de esta etapa: “se quiere comunicar una esencia de vida en una fracción de segundos se quiere comunicar algo importante no se va a lograr”. Esta incapacidad de profundizar en la identidad personal a través de un video corto genera una dependencia del reconocimiento masivo.

La entrevista aborda en cómo estos modelos influyen la manera en que los jóvenes se relaciones con su propio cuerpo y con los demás. El sociólogo relaciona la imagen del cuerpo con la autoestima y argumenta que cuidar el cuerpo debería tener como objetivo el bienestar personal, no la búsqueda de validación externa. No obstante, admite que en la práctica es complicado mantener esa distinción cuando el ambiente digital favorece de forma continua ciertos comportamientos. Añade que la presión estética que ejercen las redes es real y que nadie está libre de ella, lo que demuestra que los estereotipos corporales que circulan en esta aplicación no son simples modas pasajeras sino referentes que moldean la percepción de los chicos.

Por otro lado, el papel que cumplen los influencers en la construcción de modelos corporales, el experto sostiene que dejarse manipular por TikTok sin un criterio propio, se revela que los adolescentes se encuentran en una etapa donde la percepción del ideal masculino es adaptable, este fenómeno se vincula con la “la falta de personalidad” del adolescente, quien ante la ausencia de un pensamiento crítico o reflexivo cede ante la incidencia de los influencers. Debido a ello, los adolescentes de 14 años en adelante terminan adoptando su forma de vestir, hablar o comportarse para parecerse a los creadores de contenido. Del mismo modo, menciona que la idea de masculinidad atraviesa cambios importantes, impulsados por los cambios sociales que promueven relaciones más equitativas y nuevas formas de expresión.

El análisis profundiza en la figura del Tiktoker cómo el nuevo referente de autoridad. Destacando que los creadores de contenido no solo distribuyen videos, más bien dictan las normas de lo que es aceptable o deseable. El experto es enfático al señalar que: el estereotipo no es un modelo a seguir en los jóvenes lo cual plantea una crítica a la falta de reflexión en el consumo mediático. La plataforma fomenta una cultura de la superficie que puede erosionar la empatía y la autoconciencia.

Por finalizar, el experto ofrece una advertencia comunicacional de alcance más amplio, dirigida a quienes producen y estudian a medios: “ustedes cómo comunicadores tienen un papel importante para poder quitar esto” Esta interpretación se disputa por el sentido en la esfera digital no es precisamente una cuestión tecnológica. La clave según Benítez, es aprender a utilizar las redes sociales de forma adecuada, combinando el entretenimiento con contenidos que aporte al aprendizaje con el fin de mantener un equilibrio entre el tiempo de ocio y las actividades que contribuyen a su formación personal y académica.

3.3.2 Análisis de la entrevista MSc. Arianna Cadena

La psicóloga Arianna Cadena y docente en la PUCE, afirma que las redes sociales cambiaron profundamente la manera en que los adolescentes se ven así mismo. Desde su experiencia, señala que uno de los problemas es que los jóvenes hoy en día no tienen control regular de lo que son estas herramientas, lo que permite que el contenido de redes cómo TikTok, Instagram y Facebook actúen sin ningún tipo de filtro o supervisión de un adulto.

La relación entre las redes sociales y la salud mental van ligadas de la mano teniendo un impacto profundo, especialmente en la manera que perciben su apariencia. Lo cual Cadena manifiesta que los jóvenes asimilan a través de estas plataformas una imagen distorsionada de lo que deberían ser física y emocionalmente. Asimismo, advierte con preocupación que esta red digital, junto con otros productos audiovisuales cómo series y películas, llegando a normalizar la depresión y la ansiedad cómo algo atractivo o deseable. Esta limitación se agrava porque los adolescentes no tienen un control real sobre lo que consumen en internet. La ausencia de una supervisión adulta, expone a contenidos que dejan su bienestar sin que nadie intervenga a tiempo. Este punto es clave para entender porque esta app tiene tanto poder en la percepción de los usuarios masculinos.

Una de las consecuencias más evidentes de este consumo excesivo es que los adolescentes tienden a confundir lo irreal con la realidad. Es por ello, que esta red difunde de forma continua contenidos que romantizan cuerpos que no son reales, o estilo de vidas poco realistas. En el caso de los chicos, esto puede generar una percepción distorsionada de lo que debería ser su propio cuerpo, al compararse con fotos que han sido editadas, retocadas o que corresponden a intervenciones estéticas que la aplicación presenta cómo el resultado de rutinas simples y accesibles.

En este contexto, las publicaciones creadas por influencers masculinos dentro de esta red digital juega un rol determinante en este proceso. Cadena justifica dos perfiles dominantes: figuras asociadas al deporte, en particular a la actividad física e influencers ligados también con la estética y la cirugía cosmética. Ambos modelos promueven un ideal del cuerpo masculino que combina el rendimiento físico extremo con procedimientos quirúrgicos presentados cómo seguros. Esto lleva a los jóvenes a creer que modificar su cuerpo es una forma normal y sencilla de ajustarse a la imagen que ven en pantalla.

En cuanto a los estereotipos de belleza más difundidos, la red presenta la idea de una vida perfecta y un cuerpo ideal, esto conlleva a la juventud a seguir dietas, rutinas de cuidado personal asociados a cultura asiáticas o estilos europeos. El tipo de contenido es visto por los usuarios sin considerar que responde a intereses comerciales. En este contexto, la experta menciona que se perdió el verdadero significado del amor propio y de aceptarse tal cómo uno es; por ello, adoptan hábitos y consumen productos que prometen acercarlos a esos modelos. Incluso la diversidad de tipo de cuerpos inherente a la cultura latinoamericana queda excluida de este estándar de belleza importado.

De igual manera, se evidencia que esta red difunde un modelo de hombre ideal que combina

un cuerpo musculoso, dinero, lujo y ciertos etilos de vida que en muchos casos rozan la ilegalidad, el cual romantizan mucho más los hombres que las mujeres, ya que va de la mano de la delincuencia. Además, existen estereotipos muy específicos cómo los autos de última generación, las casas grandes, los cuerpos tonificados y la chica que aparece barbie cómo novia. Esto explica porque los varones son una población bastante vulnerable a este tipo de mensajes ya que el contenido de TikTok se dirige a ellos y establece un modelo de "hombre ideal" este ideal vincula la apariencia masculina y el poder económico con ciertas características etarias que los adolescentes perciben cómo sinónimo de éxito, aunque estén fuera de su realidad.

Esta brecha entre lo que observa y lo que realmente puede ser, genera una pérdida de identidad propia. Los jóvenes empiezan a perder contacto con lo que son realmente, con su cuerpo, su cultura e historia todo por querer alcanzar una expectativa que la pantalla les impone. En sus palabras, la experta describe construir una aceptación que nace desde adentro: yo me acepto, yo me valoro, pero lo hago por mí, no por una validación externa, sino interna. Por lo tanto, el uso constante de esta aplicación obstaculiza este proceso ya que la lógica del algoritmo refuerza constantemente la comparación y la búsqueda de aprobación.

No obstante, Cadena señala un problema de fondo relacionado con TikTok ya que presenta en su algoritmo cuerpo de adultos, algunas veces resultado de cirugías o años de entrenamiento, como si fueran la norma para cualquier joven de 14 años. Esta situación provoca frustración porque siente que nunca va alcanzar a ese estándar sin entender que aún no está en esa etapa de vida. Además, manifestó inquietud por el uso excesivo de filtros en la app. Indico que estos recursos proyectan una imagen idealizada del rostro y del cuerpo, la cual se difunde de forma permanente. Explico que ya no se trata de promocionar concretos sino de posicionar la propia imagen personal ya que en redes sociales predomina la intención de mostrarse de la mejor manera posible.

Para reducir este impacto, la intervención debe ser compartida entre la escuela y la familia. Cadena plantea que el trabajo conjunto con el DCE permite generar espacios donde los estudiantes encuentren orientación sobre uso de redes. El desafío se vuelve mayor, porque con la incorporación de la inteligencia artificial, los jóvenes se enfrentan a contenidos donde se toman videos que ni hagan sido reales, lo que resulta distinguir lo verdadero de lo fabricado. Por eso lo padres deben asumir su rol activo en la forma de crianza y no delegar a que consuman redes sociales todos los días.

Su recomendación principal apunta a desarrollar una capacidad crítica frente a lo que miran: aprender a distinguir lo real de lo irreal, preguntarse si lo que muestran los seguidores o influencers es validado o no; y no asumir todo lo que aparece en el entorno digital. Fomentando actividades alternativas que llenen el tiempo a los adolescentes a valorar actividades alternativas cómo el deporte, aprender un idioma o tocar un instrumento musical. Por tanto, esta aplicación tiene que dejar de ser un espejo para esta época juvenil donde no haya comparaciones entre ellos y que lleven una vida sana. Finalmente, Cadena destaca que la sociedad actual está marcada por una fuerte orientación hacia lo estético, la cual es aprovechada por el marketing y el entorno comercial, utilizando estereotipos cómo estrategia para generar

estímulos en las personas.

3.3.3. Análisis de la entrevista MSc. Anita Culqui

La entrevista realizada a la Mgs Anita Culqui docente del área de comunicación de la Universidad Técnica del Norte, ofrece una mirada cercana y fundamentada sobre el papel de TikTok en la vida de los adolescentes especialmente en la forma en que este medio digital influye en la visión de la juventud en cómo interpretan la imagen masculina. La docente aborda con claridad: las personas están inmersas en un entorno donde la comunicación y la información contemporánea han creado nuevas industrias que definen la realidad juvenil siendo una red social que puede ir mucho más allá de un simple entretenimiento para convertirse en un espacio donde se construyen identidades, se imponen modelos de vida y se refuerzan ciertos estándares de lo que significa ser un hombre hoy en día.

Uno de los primeros puntos que destaca es que en TikTok predomina una imagen masculina asociada a la perfección física y a la vanidad. Según su perspectiva los contenidos más visibles muestran hombres con cuerpos perfectos, atléticos y con una estética muy valorada y esto provoca en ellos a consumir o replicar esos comportamientos. Aunque también existen representaciones más diversas lo que termina dominando el espacio digital. Debido a esa exposición muchos usuarios empiezan a considerar esa figura pública cómo normales para sentirse aceptados.

En cuanto al consumo, la experta señala que la aplicación va más allá de mostrar productos, debido que también impulsa estilos de vida, formas de actuar y maneras de pensar que repercute en los adolescentes. A partir de ello, argumento que muchos usuarios no solo desean obtener lo que miran en la plataforma, pues también buscan parecerse a quienes generan ese contenido. Cómo resultado, poco a poco dejan de lado sus propios intereses para seguir aquellos que les permite sentirse aceptados dentro de ciertos grupos o comunidades digitales. De este modo, la necesidad de pertenecer empieza a depender de las tendencias, la apariencia o los hábitos que circulan en la red lo que afecta en la formación de su propio criterio.

Asimismo, el alcance de estos perfiles se relaciona con el funcionamiento del algoritmo de TikTok, el cual prioriza los contenidos más llamativos a nivel visual. Según explica la docente, la plataforma repite de forma constante videos similares a los que el usuario consume con frecuencia, creando una “burbuja” donde se percibe este tipo de contenido cómo la única realidad existente. Cómo resultado, muchos jóvenes terminan sesgados ante aquellos modelos centrados en la apariencia física, el dinero o el éxito económico. Esta exposición continua influye en la manera en que interpretan la masculinidad, pues asocian lo personal con estándares poco reales que se refuerza de forma repetitiva en la red digital.

Por otra parte, los conocidos “retos” o “challengues” juegan un papel crucial en este engaño visual, debido a que son atractivos para los adolescentes porque suelen mostrar cambios físicos rápidos y llamativos. No obstante, el problema aparece cuando estos contenidos presentan resultados que son alterados o poco reales, lo que provoca frustración en quienes intentan

imitarlos sin obtener el mismo resultado. Cómo consecuencia, surge una comparación constante que afecta la autoestima y genera ansiedad ya que muchos terminan en querer verse igual, comprar lo mismo y cuando no logra se sienten inferior.

De este modo, se promueve una idea de satisfacción inmediata que impulsan a seguir tendencias populares sin entender sobre su impacto. Hoy en la actualidad, se destaca muchos cambios importantes de cómo se entiende "ser hombre". Antes se valoraba la fuerza, pero ahora la masculinidad en redes está ligada a prototipos cómo la estética y al autocuidado físico extremo, llevando esto a la vanidad en ellos. Aunque hay más diversidad, el algoritmo sigue favoreciendo al hombre "hegemónico: delgado, blanco o musculosos". Esto genera una presión sobre la población joven quienes sienten que su valor depende de cuantos "me gusta" reciben. Por tanto, Culqui menciona que el engagment se ha vuelto el nuevo medidor de popularidad. Si un video no tiene likes, el usuario siente que la persona no tiene valor. Al igual argumenta que el algoritmo de TikTok representa un factor negativo debido a que selecciona y muestra información según las emociones, intereses y reacciones del usuario, lo que puede influir en su bienestar psicológico.

Bajo esta línea, la experta menciona que el adolescente transita de ser un espectador a un prosumidor que siente la presión de posicionarse digitalmente para existir socialmente. Generando una brecha entre el ser y parecer Frente a esta situación, la experta hace un llamado a la corresponsabilidad. Considera que no solo influye quien crea el video sino de quienes lo comparten y reaccionan. Además, invita a los jóvenes a reflexionar antes de interactuar en redes sociales, con el fin de cuidar su bienestar y el de otras personas.

Desde otra perspectiva, también se evidencian efectos dentro del ámbito educativo. El uso constante de esta aplicación afecta en la capacidad de concentración de los estudiantes, debido a que gran parte del contenido se consume en pocos segundos, lo que reduce el interés por leer o buscar información relevante. A esto se suma la comparación que surge dentro de este medio digital, pues muchos de los usuarios observan varios estilos de vida que aparentan y terminan sintiendo inconformes de su propia realidad. En consecuencia, la ansiedad y la baja autoestima empiezan a formar parte de su día a día, dedicando su tiempo a seguir imperfecciones dadas en pantallas, más que valorar sus experiencias.

Finalmente, la tecnología es una herramienta y no nuestra dueña. En palabras de la experta: la tecnología se hizo para usarla, eso es nuestra herramienta para el humano y hay que aprender a usarlo sin perder nuestra propia identidad. Es por ello que se debe perder el miedo a preguntar y tener el valor de decir "esto no me gusta" o esto "me hace sentir mal" para que la construcción de la identidad masculina sea real y libre de las imposiciones del algoritmo.

3.3.4. Análisis de la entrevista al Licenciado Cristian Luna

La entrevista realizada al licenciado Cristian Luna, docente de Educación Física de la Unidad Educativa Natalia Jarrín, permitió conocer a partir de la observación aspectos relevantes sobre

la práctica deportiva en el contexto escolar. El docente posee más de diecinueve años de trayectoria en la enseñanza y doce años de servicio en la institución mencionada, labor que desempeña desde el 2015. Su experiencia deportiva incluye la participación en campeonatos cantonales, provinciales y nacionales del futbol, lo que le otorga una perspectiva tanto pedagógica cómo deportiva sobre la temática. Por ende, su testimonio resulta valioso para la investigación, puesto que observa de forma directa las actitudes, comportamientos y cambios manifestados por los estudiantes varones dentro del entorno escolar deportivo.

En primer lugar, el docente reconoció que los estudiantes practican deporte no solo por razones de salud o rendimiento, también lo hacen con el propósito de mejorar su apariencia física. Señaló que: “en la actualidad los jóvenes se enfocan en el aspecto físico, con el fin de proyectar una imagen favorable ante los demás”. Considero que dicha motivación puede resultar positiva en la medida en que contribuye a alejar a los estudiantes de conductas de riesgo. Afirmo, además que cualquier disciplina deportiva favorece el incremento progresivo de la masa muscular, potencia el desarrollo corporal y promueve una formación física integral lo que contribuye a la prevención del senderismo y por donde de la obesidad.

Esta observación evidencia cómo el mensaje que TikTok trasmite sobre el cuerpo masculino ideal logro instalarse incluso en la motivación deportiva de los jóvenes. En efecto, la actividad física dejo de concebirse cómo un medio orientado al bienestar integral, más bien el cuerpo se ha convertido en un proyecto visual que los adolescentes buscan moldear de acuerdo con los referentes en pantalla. Ante este escenario, el docente procura reconducir esa motivación hacia hábitos saludables, pero reconoce que la influencia del contenido digital resulta difícil de contrarrestar dentro del entorno educativo.

En cuanto a la influencia de TikTok y las redes sociales, Luna reconoció que estas plataformas afectan la percepción que los jóvenes tienen de su propio cuerpo. A partir de ello, comento que dichos espacios digitales llevan a algunos estudiantes a replicar las actividades que observan videos. Sin embargo, advirtió que no todo el contenido disponible resulta adecuado y que se debe guiar a los estudiantes para que realicen cosas que le favorezcan o no. En este sentido señaló que “algunos retos o rutinas virales pueden resultar inapropiadas para la edad o el nivel físico de los jóvenes”. Frente a ello, destaca que la tecnología propone una postura practica: la clave no es prohibir el acceso a estas aplicaciones sino en enseñar a seleccionar con criterio lo que frecuentan.

En relación con las comparaciones entre pares, Luna confirmó que “si se evidencia dentro de la institución la tendencia de los estudiantes a compararse entre compañeros y a aspirar a parecerse a deportistas de alto rendimiento”. Esta afirmación adquiere especial relevancia al provenir de un profesional que convive a diario con los jóvenes en los espacios deportivos. Por un lado, el docente señaló que dicha aspiración puede funcionar cómo estímulo para entrenar con mayor empeño, pero también genera frustración cuando los estudiantes se enfrentan a la distancia entre su condición física y las figuras idealizadas que observan en la plataforma. Indico que, la población joven suele confrontarse con la realidad de que los resultados físicos no se obtienen de un día para otro, lo que pone de manifiesto el choque entre la inmediatez que

promueven las redes digitales y la constancia que exige el entrenamiento actual.

Esta dinámica que el docente observa en los espacios deportivos responde directamente al tipo de contenido que circula en TikTok. En efecto, la plataforma exhibe transformaciones corporales aceleradas y cuerpos que aparentan ser alcanzables con escaso esfuerzo, lo que genera en los adolescentes una expectativa irreal respecto a cómo debería lucir su cuerpo y en qué periodo de tiempo. Cómo resultado, esto se traduce en uno de los hallazgos más concretos que Luna aporta desde su experiencia: la práctica de entrenamientos excesivos. Al respecto, el docente manifestó haber observado casos de estudiantes que se exceden en el trabajo físico con el propósito de ganar masa muscular. Destacando que algunos jóvenes llegan a creer que el consumo de suplementos o el uso de aparatos "milagrosos, por medio de tutoriales y anuncios digitales, producirá cambios inmediatos en su estado. Frente a esta situación, orienta a los estudiantes sobre la importancia de entrenar con planificación y constancia, evitando así la búsqueda de resultados inmediatos.

Finalmente, sobre el papel que debería cumplir la institución educativa, Luna reconoció que hasta el momento no existe una guía formal que aborde la relación entre imagen corporal y redes sociales y que fue principalmente desde el área de Educación Física donde se intentó orientar a los estudiantes al respecto. En virtud de ello, considera necesario que las autoridades educativas tomen en cuenta esta situación para abordarla de manera más coordinada. Por su parte, en base a las familias el docente hace un llamado directo a los padres para que asuman un rol más activo en el control de estos medios digitales ya que desde su perspectiva el manejo en TikTok genera consecuencias que van más allá de lo físico.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN

La siguiente tabla presenta una síntesis de las hipótesis planteadas dentro del desarrollo de la presente investigación. En esta sección se detallan cada una de las proposiciones establecidas al inicio del estudio, considerando los resultados obtenidos mediante el análisis de datos y el proceso de triangulación de la información, lo que permitió contrastar los aportes con los hallazgos teóricos y las perspectivas recopiladas durante el estudio.

Asimismo, se detalla si las hipótesis fueron rechazadas o aceptadas en base a los objetivos específicos realizados para su respectiva verificación.

Tabla 8
Comprobación de hipótesis

HIPOTESIS	ESTADO
H1: Los adolescentes varones de la Unidad Educativa “Natalia Jarrín” están expuestos de forma frecuente a contenidos de TikTok relacionados con el cuerpo masculino.	ACEPTADA
H2: Los adolescentes tienden a comparar y evaluar su propia imagen corporal tomando cómo referencia los modelos de cuerpo masculino que observan en TikTok	ACEPTADA
H3: Los contenidos de TikTok influyen en la adopción de estereotipos y en la forma en que los adolescentes valoran su propia apariencia.	ACEPTADA

Fuente Elaboración propia

Los hallazgos obtenidos confirman que TikTok forma parte de la rutina diaria de los adolescentes estudiados, evidenciando que esta plataforma ha dejado de ser solo un medio de entretenimiento para convertirse en un espacio frecuente de interacción y socialización digital. Este resultado coincide con Rojas (2023), quien señala que el consumo constante de contenido digital influye progresivamente en las prácticas cotidianas y en la forma en que los jóvenes construyen referentes sociales y personales.

Los resultados también coinciden con Cerda (2024), quien sostiene que TikTok influye en la construcción de la identidad adolescente debido a la exposición continua a contenidos audiovisuales. En esta investigación se observó además que dicha exposición se concentra

principalmente en publicaciones relacionadas con actividad física, entrenamiento y cuidado corporal, lo que demuestra que el contenido consumido no es aleatorio, sino orientado hacia modelos específicos de masculinidad.

Esta realidad guarda relación con lo expuesto por Culqui y Cadena, quienes advierten que el algoritmo de TikTok tiende a reforzar patrones de consumo similares, mostrando de forma repetitiva contenidos asociados con cuerpos atléticos y estéticas corporales idealizadas. Esto favorece que ciertos modelos físicos adquieran mayor visibilidad y terminen percibiéndose cómo referentes deseables entre los adolescentes.

Desde el enfoque de Connell (1998), estos hallazgos permiten comprender que TikTok contribuye a reforzar una masculinidad hegemónica vinculada con fuerza, disciplina y apariencia física. A diferencia de investigaciones previas centradas en contextos generales, este estudio aporta evidencia desde el contexto escolar ecuatoriano, mostrando que la exposición digital también se ve influida por dinámicas deportivas y sociales presentes dentro de la Unidad Educativa Natalia Jarrín.

Los hallazgos obtenidos confirman que la comparación corporal constituye una práctica presente entre los adolescentes estudiados, evidenciando que la exposición frecuente a contenidos visuales en TikTok no representa un consumo pasivo, sino un proceso de evaluación constante de la propia apariencia. Este resultado coincide con Festinger (1954), quien plantea que las personas tienden a valorarse a sí mismas mediante la comparación con otros, especialmente cuando buscan referentes para interpretar su posición dentro de un entorno social.

Esta situación también coincide con lo señalado por Orfao (2024), quien describe a las redes sociales cómo espacios donde los usuarios proyectan aspiraciones e inseguridades relacionadas con su imagen corporal. En esta investigación se identificó que la comparación no surge únicamente entre pares del entorno escolar, sino también frente a creadores de contenido que exhiben cuerpos idealizados, estilos de vida atractivos y estándares físicos difíciles de alcanzar.

Luna refuerza esta idea al señalar que los estudiantes reproducen comparaciones constantes durante sus interacciones cotidianas, especialmente en contextos deportivos donde el cuerpo adquiere mayor visibilidad. Esta observación permite entender que la influencia de TikTok no termina en la pantalla, sino que se traslada al espacio social, afectando la manera en que los adolescentes perciben y valoran su propio cuerpo frente a otros.

A diferencia de estudios previos que analizan la comparación social en contextos digitales de forma general, esta investigación aporta evidencia de que, en el contexto estudiado, TikTok actúa cómo un referente visual que intensifica la autoevaluación corporal masculina, favoreciendo percepciones de insuficiencia o insatisfacción cuando existe distancia entre el cuerpo real y el idealizado difundido en la plataforma.

Los hallazgos obtenidos confirman que los contenidos difundidos en TikTok influyen en la forma en que los adolescentes construyen referentes corporales y valoran su apariencia física,

evidenciando que la plataforma no solo expone modelos estéticos, sino que también refuerza estereotipos asociados con atractivo, éxito y aceptación social. Este resultado coincide con Gonzales et al. (2025), quienes señalan que los estándares de belleza masculinos difundidos en redes sociales pueden influir en prácticas orientadas al control corporal y al deseo de alcanzar físicos idealizados.

Cadena refuerza esta perspectiva al advertir que muchos jóvenes adoptan rutinas, hábitos o prácticas observadas en la plataforma sin cuestionar su pertinencia o impacto real, lo que favorece la normalización de modelos corporales poco realistas. De manera similar, Luna señala que varios adolescentes asocian el cuerpo musculoso con reconocimiento social, aspecto que evidencia cómo la valoración corporal comienza a vincularse con criterios externos de aceptación.

Estos hallazgos también guardan relación con Stuart Hall (1997), quien sostiene que los medios producen significados capaces de moldear la interpretación de la realidad social. En este caso, TikTok contribuye a posicionar determinados cuerpos masculinos cómo modelos deseables, fortaleciendo representaciones que asocian masculinidad con fuerza, estética y visibilidad digital. A diferencia de estudios previos centrados en el impacto general de las redes sociales, esta investigación aporta evidencia de que, dentro del contexto de la Unidad Educativa Natalia Jarrín, la influencia de TikTok no solo afecta la percepción corporal, sino que también interviene en la adopción de conductas, hábitos y criterios de valoración personal, consolidando a la plataforma cómo un actor relevante en la construcción de estereotipos masculinos durante la adolescencia.

CONCLUSIONES

En términos generales, se evidencia y concluye que TikTok constituye un espacio digital de alta presencia en la vida cotidiana de los adolescentes varones de la Unidad Educativa Natalia Jarrín, posicionándose cómo un entorno de socialización donde circulan de forma constante contenidos relacionados con actividad física, cuidado corporal y estética masculina. Por lo tanto, los estudiantes consultados señalaron que esta exposición frecuente favorece la construcción de referentes visuales que influyen en la manera en que interpretan el cuerpo masculino. Estos hallazgos permiten afirmar que la plataforma no actúa únicamente como medio de entretenimiento, sino también como un agente comunicacional capaz de reforzar modelos corporales socialmente valorados entre este grupo etario.

Se concluyo que los adolescentes perciben los ideales del cuerpo masculino difundidos en TikTok como referentes de atractivo físico y aceptación social. La exposición contante a este tipo de discursos visuales favorece la comparación con modelos corporales presenta en la plataforma e influye en la valoración que realizan de su propia apariencia, especialmente durante una etapa caracterizada por la construcción de la identidad personal y corporal.

Se concluye que el consumo continuo de contenidos en TikTok incide en la adopción de estereotipos corporales masculinos y en la modificación de hábitos relacionados con la apariencia física y el autocuidado, infiriendo que la plataforma contribuye a normalizar modelos corporales asociados con musculatura, atractivo y reconocimiento social; no obstante, se evidencia también que dicha influencia no se manifiesta de manera uniforme en todos los adolescentes, lo que evidencia que la respuesta frente a los contenidos digitales depende de factores personales, sociales y contextuales que median la interpretación y apropiación de estos mensajes.

RECOMENDACIONES

La Unidad Educativa Natalia Jarrín debe implementar talleres de alfabetización mediática y comunicación digital que fortalezcan el análisis crítico de los contenidos difundidos en TikTok. Estos espacios pueden orientar a los estudiantes a que identifiquen y cuestionen de como se construyen los ideales estéticos masculinos en las redes sociales, trabajando específicamente sobre cómo estos modelos condicionan su interpretación del cuerpo masculino (uso de filtros, edición de imagen y estrategias persuasivas de creadores de contenido), de manera que puedan diferenciar entre la representación digital idealizada y la diversidad corporal real.

Se recomienda fortalecer el acompañamiento familiar e institucional mediante espacios de diálogo que aborden directamente el proceso de comparación corporal que los adolescentes realizan frente a los modelos masculinos idealizados de TikTok, con el fin de intervenir tempranamente en los mecanismos de autoevaluación y percepción corporal que inciden en su autoimagen, y evitar que la exposición continua derive en inconformidad con la propia apariencia.

Se recomienda que la institución, junto al departamento de orientación estudiantil, diseñe campañas que visibilicen la diversidad corporal y cuestionen la asociación normalizada entre musculatura, atractivo y reconocimiento social presente en TikTok, incorporando un enfoque diferenciado que reconozca que esta influencia no se manifiesta igual en todos los adolescentes, sino que depende de factores personales, sociales y contextuales de cada caso.

BIBLIOGRAFÍA

Anderson, M. (s.f.). *Emerald Insight*. https://www.emerald.com/lhtn/issue/37/4

Arab, L. E., & Díaz, G. A. (2015). Impacto de las redes sociales en la adolescencia. *Revista Chilena de Pediatría*, *86*(1), 1–2. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0716864015000048

Arellano, J. (s.f.). *Influencia de los modos de uso de TikTok en la construcción de identidad* [Tesis de pregrado, Universidad de Chile]. Repositorio Académico de la Universidad de Chile. https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/203360/Influencia-de-los-modos-de-uso-de-tik-tok.pdf

Argintzona, B. (s.f.). Cómo ha evolucionado TikTok en España y América Latina. *Blog Digimind*. https://blog.digimind.com/es/tendencias/c%C3%B3mo-ha-evolucionado-tiktok-en-espa%C3%B1a-y-am%C3%A9rica-latina

Arraigada, I. (s.f.). *Informe UNESCO sobre influencers*. UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000396106.locale=es

Arteaga, M. (s.f.). Belleza ideal. *Definiciones-de.com*. https://www.definiciones-de.com/Definicion/de/belleza_ideal.php

Byatt, B. (2025). TikTok statistics you need to know in 2025. *Backlinko*. https://backlinko.com/tiktok-users

Baltan, J. (s.f.). Prototipos y estereotipos en la publicidad. *Dialnet*. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5966446

Balseca, D. (2023). Cánones de belleza en redes sociales. *Revista Digital de Ciencias Sociales*, Universidad Central del Ecuador. https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/CSOCIALES/article/view/1270

Beltrán Gómez, C. D., Galeano Rojas, B. D., López Donoso, M. E., & Peñaloza Mazuera, E. R. (2019). Estereotipos masculinos que generan tendencias de consumo mediante la publicidad. *Publicuidad: Revista Latinoamericana de Publicidad*, *8*(1), 58–76. https://doi.org/10.18566/publicuidad.v08n01.a04

Bermejo, M. (s.f.). *Tipos de contenido en TikTok* [Trabajo de fin de grado, Universidad Pontificia Comillas]. Repositorio Institucional Comillas. https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/56415/TFG-Gonzalez%20Robles%2C%20Malena.pdf

Bernal, A. (s.f.). Comparación social en redes. *Redalyc*. https://www.redalyc.org/pdf/727/72705115.pdf

Cala, A., & Flores, M. (2024). *Masculinidades digitales en México*. Align Platform. https://www.alignplatform.org/sites/default/files/2024-11/align-sm-report-mexico-spanish.pdf

Calderón, J. (s.f.). Masculinidades digitales. *Revista Prisma Social*. https://revistaprismasocial.es/ps/article/view/4958/5449

Carlos, J. (s.f.). *Uso de redes sociales en adolescentes* [Tesis de pregrado, Universidad Laica Vicente Rocafuerte]. Repositorio ULVR. https://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2140/1/T-ULVR-1941.pdf

Castells, M. (s.f.). La era de la información. *UOC*. https://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/print.html

Castillo, P. (2023). Adolescencia digital. *Encuentros Chilenas de Historia*, *12*(1), e3078.

http://www.scielo.edu.uy/pdf/ech/v12n1/2393-6606-ech-12-01-e3078.pdf

Castro, S. (2023). *Cánones de belleza en TikTok* [Trabajo de fin de máster, Universidad Europea]. Repositorio Institucional. https://titula.universidadeuropea.com/handle/20.500.12880/6868

Cerda, H. G. (2025). *Uso social del TikTok por parte de jóvenes* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo]. Repositorio UNACH. http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/15495/1/Cerda%20V%2C%20Heidy%20G%20%282025%29.%20Uso%20social%20del%20TikTok%20por%20parte.pdf

Colcha, J. (2023). *Impacto del consumo de redes sociales en la interacción comunicativa de jóvenes* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo]. Repositorio UNACH. http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/12108/1/Amaguaya%20Colcha%2c%20J%202023%29%20Impacto%20del%20consumo%20de%20redes%20sociales%20en%20la%20interacci%c3%b3n%20comunicativa%20de%20los%20j%c3%b3venes.pdf

Connell, R. W. (2018). *Los cuerpos de los hombres*. Causas La Incre. https://causas.laincre.com/hombresnomachos/wp-content/uploads/2018/06/Los-cuerpos-de-los-hombres-Robert-W.-Connel.pdf

Cruz, M. (s.f.). Cánones de belleza masculinos: Evolución histórica. *Psicología y Mente*. https://psicologiaymente.com/social/canones-de-belleza-masculinos-evolucion-historica

Cruz, S. (s.f.). La imagen corporal y los trastornos alimenticios: Una cuestión de género. *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/publication/242697817_LA_IMAGEN_CORPORAL_Y_LOS_TRASTORNOS_ALIMENTICIOS_UNA_CUESTION_DE_GENERO

Daza, C., & Cuesta, U. (s.f.). *Psicología social de la comunicación*. Dokumen.pub. https://dokumen.pub/psicologia-social-de-la-comunicacion.html

Díaz, L. (s.f.). Algoritmo de recomendación en TikTok. *Icono14*. https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/237

Endara, P. (s.f.). *Características de las redes sociales* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica del Norte]. Repositorio UTN. https://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/16196/2/05%20FECYT%204602%20TRABAJO%20GRADO.pdf

Enríquez, M. (s.f.). Impacto de redes sociales en jóvenes. *Killkana Social*. https://killkana.ucacue.edu.ec/index.php/killkana_social/article/view/1559

Espinoza, A. (s.f.). Algoritmos y redes sociales. *Scielo Books*. https://books.scielo.org/id/47zrm/pdf/torres-9789978106815-03.pdf

Espinoza, C. (s.f.). *Uso de redes sociales en estudiantes* [Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio UPS. https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/28611/1/TTQ1717.pdf

Falconi, D. (s.f.). Influencers y redes sociales. *Runas Religación*. https://runas.religacion.com/index.php/about/article/view/227

Fernández, M. (s.f.). Uso de redes sociales en adolescentes. *Redalyc*. https://www.redalyc.org/pdf/3498/349851785056.pdf

Galindo, R. (2019). *Las redes sociales de internet y habilidades sociales con la convivencia*

escolar en los adolescentes [Tesis de posgrado, Universidad César Vallejo]. https://bit.ly/3iPmL7f

García-Ochoa, Y. C. (2010). El cuerpo femenino en la publicidad: Modelos publicitarios entre la belleza real, la esbeltez o la anorexia. *Revista de Comunicación y Nuevas Tecnologías*, 239.

Gillespie, T. (s.f.). *Media technologies: Essays on communication*. MIT Press. https://direct.mit.edu/books/edited-volume/3021/Media-Technologies-Essays-on-Communication

Gómez, C. (s.f.). Comparación social en redes. *Redalyc*. https://www.redalyc.org/pdf/2710/271020873001.pdf

Gómez Nieto, B. (s.f.). Influencers y marketing digital. *Methaodos*. https://www.methaodos.org/revista-methaodos/index.php/methaodos/article/view/212

Gómez, R., & Jiménez, L. (s.f.). Aspectos psicosociales de redes. *Convergencia*. https://convergencia.uaemex.mx/article/view/17430

González, R. (s.f.). Estándares de belleza en redes. *Divulgare UAEH*. https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/divulgare/article/view/15705/12920

Grogan, S. (s.f.). *Imagen corporal*. Digibug. https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/48068/26765640.pdf

Kayala, C. (s.f.). Social comparison on social media. *OXJournal*. https://www.oxjournal.org/social-comparison-on-social-media/

Kolsquare. (s.f.). Categorías de contenido de TikTok relevantes para campañas de marketing. *Kolsquare Blog*. https://www.kolsquare.com/es/blog/categorias-de-contenido-de-tiktok-relevantes-para-las-campanas-de-marketing-de-influencia

La Hora. (2021, 23 de julio). TikTok y la banal comunicación oficial. *La Hora*. https://www.lahora.com.ec/columnistas-nacionales/TikTok-y-la-banal-comunicacion-oficial-20210723-0020.html

Lazo, C. (s.f.). *Efectos de los filtros en redes sociales* [Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio UPS. https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/26937/1/TTQ1393.pdf

León, D. (s.f.). *Estereotipos en la comunicación* [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. Repositorio UASB. https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6415/1/T2738-MCE-Barahona-Comunicacion.pdf

Lennon, A. (2021). Body image and social media. *Fashion and Textiles*, *8*, artículo 25. https://link.springer.com/article/10.1186/s40691-021-00245-w

López, A. (s.f.). *Construcción de autoimagen* [Trabajo de fin de grado, Universidad de Valladolid]. Repositorio UVaDOC. https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/23212/TFG-L1517.pdf

Lopezosa, C. (2020). Entrevistas semiestructuradas con NVivo: Pasos para un análisis cualitativo eficaz. *Methodos: Anuario de Métodos de Investigación en Comunicación Social*, (1), 88–97. http://hdl.handle.net/10230/44605

Loyo, S. (s.f.). *TikTok en Ecuador* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. Repositorio PUCE. https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/d6379bee-23cc-4b8a-ab27-

6c3b3e07babc/content
Macready, H. (s.f.). Algoritmo de TikTok: Cómo funciona. *Blog Hootsuite*. https://blog.hootsuite.com/es/algoritmo-de-tiktok/
Mara, J. (2023). Cánones de belleza en adolescentes. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-12132023000100005
Mejía, L. (s.f.). *Estándares de belleza y redes sociales* [Trabajo de grado, Universidad EAFIT]. Repositorio EAFIT. https://repository.eafit.edu.co/server/api/core/bitstreams/5fa6cfde-2b05-4c32-9eca-c8d65d09b3ba/content
Mendoza, R. (s.f.). *Tipo de contenido en TikTok* [Tesis de pregrado, Universidad de Las Américas]. Repositorio ULADECH. http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/123456789/3003
Meza, J. (s.f.). *Influencia de TikTok en la autoimagen* [Tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio UCC. https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/590e9fe3-f7c4-4fdf-8374-efa128f07286/content
Mohamed, A. (s.f.). Encuesta: Metodología y aplicación. *Editorial Inudi*. https://editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/view/82/124/149
Monard, T. (s.f.). Auge de TikTok. *Runas Religación*. https://runas.religacion.com/index.php/about/article/view/227/390
Monteros, L. (s.f.). Imagen corporal en adolescentes. *Redalyc*. https://www.redalyc.org/pdf/3111/311126259002.pdf
Monthelena, C. (s.f.). La influencia de los medios de comunicación en los adolescentes. *Colegio Montehelena*. https://colegiomontehelenaciclos.edu.co/la-influencia-de-los-medios-de-comunicacion-en-los-adolescentes-como-me-ven-los-demas/
Morán, A. (2024). Insatisfacción corporal en jóvenes. *Revista Chilena de Nutrición*. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2452-60532024000100069
Muñoz, J. N. (2025). *El rol de TikTok en la comunicación interpersonal de estudiantes* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo]. Repositorio UNACH. http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/14627/1/Izurieta%20M.%2c%20Jhoselyn%20N.%20%282025%29%20El%20Rol%20de%20TikTok%20en%20la%20Comunicaci%C3%B3n%20Interpersonal.pdf
Muñoz, V. (2022). *Influencia de TikTok en la identidad corporal* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma de Bucaramanga]. Repositorio UNAB. https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/18503/2022_Tesis_Valentina%20&%20Sarith.pdf
Organización Mundial de la Salud. (s.f.). Salud del adolescente. https://www.who.int/es/health-topics/adolescent-health
Ontiveros, M. (s.f.). Masculinidades digitales. *Revista Prisma Social*. https://revistaprismasocial.es/ps/article/view/4958/5449
Oscar, D. (s.f.). ¿Qué son las redes sociales? *IEBSchool*. https://www.iebschool.com/hub/que-son-las-redes-sociales-y-que-significa-social-

media/

Páez, J. (s.f.). *Estereotipos en redes sociales* [Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica de Pereira]. Repositorio UTP. https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/7b099ba4-9fc5-4b07-9ad9-3af6bbf76e3b/content

Pérez, A. (2023, 15 de febrero). Uno para hombre, por favor: Tiktoker ecuatoriano responde y tacha de masculinidad frágil a sus detractores. *Metro World News*. https://metroworldnews-mwnecuador-prod.cdn.arcpublishing.com/entretenimiento/2023/02/15/uno-para-hombre-por-favor-tiktoker-ecuatoriano-responde-y-tacha-de-masculinidad-fragil-a-sus-detractores/

Ponce, D. (2022). *Persuasión e influencia en redes sociales* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. Repositorio PUCE. https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/297afc09-e50b-4308-9606-69b96f8b5be4/content

Prieto Barreiro, F. (s.f.). La importancia de las redes sociales en el ámbito educativo. *Dialnet*.

Quiles, C. (s.f.). ¿Qué es un TikToker? *Cyberclick*. https://www.cyberclick.es/que-es/tiktoker

Raja, I. (s.f.). Impact of social media influencers on consumers. *EuroMed Journal of Business, 33*(3), 366. https://www.emerald.com/ejmbe/article/33/3/366/1238647/Impact-of-social-media-influencers-on-consumers

Ramírez, L. (s.f.). *Influencers y consumo* [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio USIL. https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/d4da1106-113d-4fce-a6fc-abe7aad2f804

Ramiro, C. (s.f.). *Uso de redes sociales en jóvenes* [Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio UPS. https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/28611/1/TTQ1717.pdf

Rodríguez, A. (s.f.). Influencers y audiencias. *Adcomunica*. https://www.erevistes.uji.es/index.php/adcomunica/article/view/6554

Rojas, J. (s.f.). Arquetipos en la comunicación. *Redalyc*. https://www.redalyc.org/pdf/168/16851142003.pdf

Rojas, P., & Felipe, C. (s.f.). Masculinidad en adolescentes. *IJODAEP: International Journal of Developmental and Educational Psychology*. https://revista.infad.eu/index.php/IJODAEP/article/view/2859/2490

Román, C. (2025, 9 de junio). Adolescencia en la era digital: Redes sociales, nuevas tecnologías y salud mental. *Desde mi Trinchera*. https://www.desdemitrinchera.com/2025/06/09/adolescencia-en-la-era-digital-redes-sociales-nuevas-tecnologias-y-salud-mental/

Román, J. (s.f.). Autoestima y redes sociales. Repositorio UCC. https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/590e9fe3-f7c4-4fdf-8374-efa128f07286/content

Rubio, M. (s.f.). Adolescentes en la era digital. *Dialnet.*

Salas, E. (2019). El enfoque mixto de investigación: Algunas características. *Investigaliacr*. https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-mixto-de-investigacion/

Santana, M. (s.f.). *Adolescencia y redes sociales* [Tesis de pregrado, Universidad Laica Vicente Rocafuerte]. Repositorio ULVR. https://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2140/1/T-ULVR-1941.pdf

Scolari, C. (s.f.). Comunicación digital. *Revista MESO*. https://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/view/36726/35562

Sebastián, D. (s.f.). *Tipo de contenido en TikTok* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. Repositorio PUCE. https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/7a50efb5-acd2-4fbd-83e3-a0c4c7a94dd4/content

Smith, R. (s.f.). Autoestima e insatisfacción corporal. Repositorio UPS. https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/28611/1/TTQ1717.pdf

Solano, A. (1999). El papel de los medios. *Revista de Ciencias Sociales*. https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-41851999000100003

Statista. (s.f.). TikTok topics overview. https://www.statista.com/topics/6077/tiktok/

Tonato, J. (s.f.). Adolescencia digital. *Revista Cognosis*. https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Cognosis/article/view/2555

Tualombo, D. (s.f.). *Influencia de TikTok en la identidad* [Tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador]. Repositorio UCE. https://www.dspace.uce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/c9eb9dbf-88fb-4e6c-8b79-6123db03b1af/content

Velasco, A. (s.f.). Influencers y consumo en redes. *Dialnet*. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7931400

Vemuri, A. (s.f.). The effectiveness of influencer marketing in promoting sustainable lifestyles and consumer behaviours. *Journal of Business Strategy Finance and Management*. https://jbsfm.org/vol5no2/the-effectiveness-of-influencer-marketing-in-promoting-sustainable-lifestyles-and-consumer-behaviours/

Verdú, M. (s.f.). Estándares de belleza y salud mental. *ITA Salud Mental*. https://itasaludmental.com/blog/link/342

Villares, M. (s.f.). *Influencia de redes sociales en adolescentes* [Tesis de pregrado, Universidad Católica Argentina]. Repositorio UCA. https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/19264/1/influencia-redes-sociales.pdf

Voli, C. (2021). Body image and social media use. *PubMed*. https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/34162237/

Yaguache, J. (s.f.). *Imagen corporal en jóvenes* [Tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador]. Repositorio UCE. https://www.dspace.uce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/f5e93c3a-1fc6-4045-99c2-1492679446bc/content

ANEXOS

EVIDENCIAS DE LAS PREGUNTAS A LOS EXPERTOS.

Preguntas realizadas al MSc. Mario Benítez

1. ¿Qué función cumplen los estereotipos de belleza masculina en la sociedad actual?
2. ¿Cómo se reproducen y legitiman estos estereotipos a través de plataformas digitales cómo TikTok?
3. ¿Cómo han cambiado los ideales de masculinidad con la expansión de redes sociales cómo TikTok?
4. ¿Qué características masculinas predominan actualmente en los contenidos más visibles para adolescentes?
5. ¿Qué papel juegan los influencers en la construcción de modelos juveniles?
6. ¿Cómo influyen las tendencias digitales en la identidad masculina adolescente?
7. ¿Considera que existe presión social para cumplir ciertos estándares estéticos difundidos en redes sociales?
8. ¿Qué diferencias observa entre generaciones respecto a la imagen masculina y su exposición pública?
9. ¿Cómo impacta estos modelos corporales en las relaciones sociales entre adolescentes?
10. ¿Considera que TikTok contribuye a amplificar modelos corporales homogéneos o limitados? ¿Por qué?
11. Desde su perspectiva cómo sociólogo: ¿Qué recomendación daría a los jóvenes respecto al uso de TikTok? ¿Y cómo la familia y las instituciones deben hacer de acuerdo a este tema frecuente?



Preguntas realizadas a la MSc. Arianna Cadena

1. ¿Cómo influyen actualmente las redes sociales en la salud mental de los adolescentes?
2. En el caso específico de TikTok, ¿qué características de esta plataforma pueden generar mayor impacto psicológico en los jóvenes?

3. ¿Qué efectos emocionales puede generar la constante comparación con influencers masculinos?
4. ¿Cómo puede influir este tipo de contenido en la construcción de la autoimagen durante la adolescencia?
5. ¿Qué señales podrían indicar que un adolescente está desarrollando una preocupación excesiva por su imagen a partir de lo que ve en redes?
6. ¿Qué impacto tienen los estereotipos de belleza en la percepción de los jóvenes?
7. Desde su perspectiva, ¿este tipo de exposición puede influir en decisiones cómo iniciar rutinas extremas de ejercicio o cambios físicos sin orientación adecuada?
8. ¿Cómo deberían abordarse estos temas desde la orientación escolar?
9. ¿Qué recomendaciones considera importantes para que los adolescentes mantengan una relación saludable con este tipo de contenido digital?
10. ¿Qué nuevos estilos o tendencias en redes sociales están influyendo actualmente en la percepción corporal de los adolescentes?

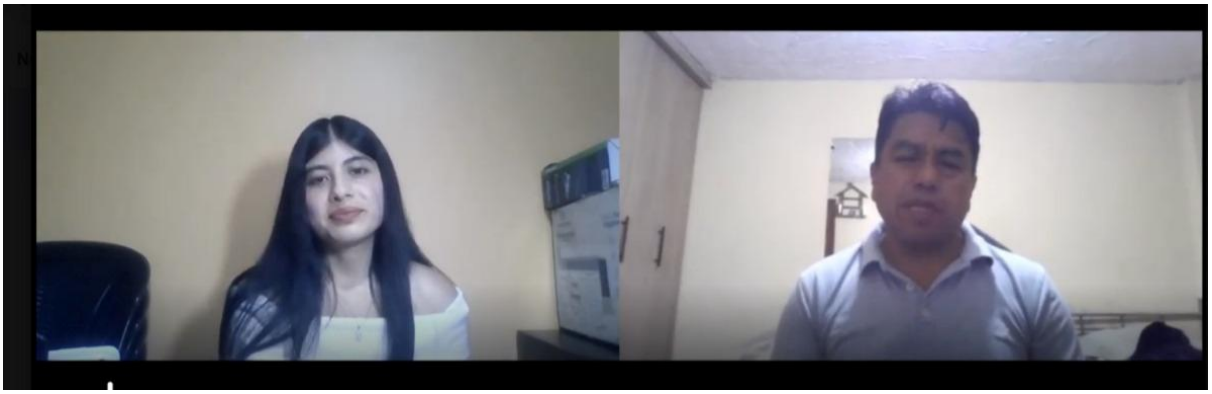


Preguntas realizadas a la MSc. Anita Culqui

1. Desde su experiencia en medios digitales, ¿qué tipo de contenidos relacionados con la imagen masculina observa que predominan actualmente en TikTok?
2. ¿Qué impacto tiene el consumismo en los adolescentes que usan TikTok?
3. ¿Qué características comparten los perfiles masculinos que logran mayor visibilidad o interacción?
4. ¿Considera que las tendencias cómo retos, transformaciones físicas o rutinas de estilo influyen en lo que los adolescentes consumen con mayor frecuencia?
5. ¿De qué manera el algoritmo de TikTok puede reforzar la repetición de ciertos modelos o estilos de vida?
6. ¿Cree que la lógica de viralización favorece determinados perfiles sobre otros? ¿Por qué?
7. ¿Qué tipo de imagen masculina cree que se está posicionando con más fuerza en TikTok?
8. ¿Cuál es su opinión sobre el consumo excesivo de TikTok y su impacto negativo en los

estudiantes?

9. ¿Qué mensajes predominan en los contenidos más virales dirigidos a adolescentes?
10. ¿Cómo influyen los hashtags y tendencias en la construcción de estos modelos de imagen masculina?
11. ¿Qué responsabilidad considera que tienen los creadores de contenido y las plataformas frente a audiencias adolescentes?



Entrevistas grabadas:

https://drive.google.com/drive/folders/1_-n8rA59KzdaI1t4g6Jl0zZK9vDO1qiZ?usp=sharing

Programa utilizado para el análisis de datos de las encuestas:

https://drive.google.com/drive/folders/15DLX2G4kzC6N4PJtOItlL1LjqEZJBM3s?usp=sharing

Formado de encuesta a Estudiantes de la Unidad Educativa Natalia JARRÍN

Influencia de TikTok en estudiantes de la Unidad Educativa Natalia Jarrin de Cayambe 2025

La presente encuesta tiene como objetivo analizar el consumo de contenido en TikTok y su influencia en la percepción del cuerpo masculino en adolescentes.

La información es anónima y confidencial será utilizada únicamente con fines académicos. Se solicita responder con sinceridad.. Por favor tómese el tiempo que considere para responder

Marque con una (X) la opción que considere correcta en cada pregunta.

Seleccione su edad

- ◯ 14
- ◯ 15
- ◯ 16
- ◯ 17
- ◯ 18

¿Cuánto tiempo pasas en TikTok al día?

- ◯ Menos de 1 hora
- ◯ Entre 1 y 2 horas
- ◯ Entre 3 y 4 horas
- ◯ Más de 4 horas

¿Con qué frecuencia usas TikTok?

- ◯ Todos los dias
- ◯ Casi todos los dias
- ◯ Algunas veces a la semana
- ◯ Casi nunca

¿Qué tipo de contenido consumes más en TikTok?

- ◯ Contenido de gimnasio
- ◯ Deportes y actividad física
- ◯ Estilo y cuidado personal
- ◯ Contenido de motivación personal
- ◯ Contenido de entretenimiento
- ◯ Otros: .....

Al ver videos en TikTok ¿Qué elemento predomina en las publicaciones de los influencers?

- ◯ Entrenamientos
- ◯ Su condición física o estética
- ◯ Su estilo de vida (ropa, viajes, marcas)
- ◯ Su carisma o humor

¿Alguna vez te has comparado físicamente con personas que miras en TikTok?

- ◯ Si
- ◯ No

Cuando ves en TikTok a un influencer que muestran rutinas de ejercicio o cambios físicos. ¿Qué haces generalmente?

- ◯ Me inspira a mejorar mi apariencia
- ◯ Me comparo con esa persona
- ◯ Me siento identificado
- ◯ Lo veo unicamente por distracción

Después de usar TikTok. ¿Cómo te sientes respecto a tu cuerpo?

- ◯ Me siento conforme con mi apariencia
- ◯ A veces quisiera cambiar algo de mi cuerpo
- ◯ Me motiva a mejorar
- ◯ Depende del contenido

¿Has intentado cambiar algo de tu cuerpo o hábitos (ejercicio, dieta o apariencia) por lo que ves en TikTok?

- ◯ Empezar hacer ejercicio
- ◯ Mejorar mi forma de vestir
- ◯ Cambiar mis hábitos saludables
- ◯ Cuidar más mi apariencia
- ◯ No he cambiado nada

¿Qué tipo de cuerpo crees que aparece más en los videos de TikTok?

- ○ Cuerpo atleta o musculoso
- ○ Cuerpo delgado
- ○ Cuerpo promedio
- ○ Diferentes tipos de cuerpo

Al mirar contenido en TikTok. ¿Qué es lo que más te llama tu atención?

- ○ La apariencia física
- ○ La moda
- ○ Rutinas o actividades
- ○ Información que comparten
- ○ Tendencias virales de la red
- ○ Otros: .....

¿Sientes que TikTok influye en como te percibes o valoras a ti mismo?

- ○ Si
- ○ No
- ○ A veces

¿Qué importancia tienen para ti los "likes"o comentarios sobre la apariencia en TikTok?

- ○ Me gusta cuando los videos reciben likes
- ○ Me parecen algo normal
- ○ No les doy importancia
- ○ No me interesan

¿Qué haces cuando miras en TikTok un video sobre apariencia física, ejercicio, rutinas o hábitos que se vuelven viral?

- ○ Solo mirar los videos
- ○ Reaccionar (like o comentar)
- ○ Guardar el video
- ○ Lo comparto con amigos

Evidencias de la encuesta





















ANEXO

VALIDADACIÓN DE INSTRUMENTOS

Proyecto:	Tiktok y los ideales del cuerpo masculino: percepciones de los adolescentes hombres de la Unidad Educativa Natalia JARRÍN de Cayambe, 2025
Autor (es)	Damaris Nayeli Villamarin Guzmán
Objetivo	Analizar las percepciones de los adolescentes hombres de la Unidad Educativa Natalia Jarrín sobre los ideales del cuerpo masculino promovidos en TikTok durante el año 2025.

ANEXO 1: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO A JUICIO DE EXPERTO:

Nombre y Apellido del Experto: MSc. Gabriela Arcos

Formación Académica: Magister en Relaciones Publicas

Cargo Actual: Docente

Institución: Universidad Técnica del Norte

ANEXO 2: INSTRUMENTO PARA ENTREVISTA.

Desde su experiencia en medios digitales, ¿qué tipo de contenidos relacionados con la imagen masculina observa que predominan actualmente en TikTok?

¿Qué impacto tiene el consumismo en los adolescentes que usan TikTok?

¿Qué características comparten los perfiles masculinos que logran mayor visibilidad o interacción?

¿Considera que las tendencias cómo retos, transformaciones físicas o rutinas de estilo influyen en lo que los adolescentes consumen con mayor frecuencia?

¿De qué manera el algoritmo de TikTok puede reforzar la repetición de ciertos modelos o estilos de vida?

¿Cree que la lógica de viralización favorece determinados perfiles sobre otros? ¿Por qué?

¿Qué tipo de imagen masculina cree que se está posicionando con más fuerza en TikTok?

¿Cree que existe un cambio en cómo se percibe la masculinidad ahora comparado con antes debido a TikTok?

¿Cuál es su opinión sobre el consumo excesivo de TikTok y su impacto negativo en los estudiantes?

¿Qué mensajes predominan en los contenidos más virales dirigidos a adolescentes?

¿Cómo influyen los hashtags y tendencias en la construcción de estos modelos de imagen masculina?

¿Cómo afecta esto a la corresponsabilidad de los jóvenes al compartir contenido?

¿Qué responsabilidad considera que tienen los creadores de contenido y las plataformas frente a audiencias adolescentes?

¿Cuál sería su recomendación final para los jóvenes respecto al uso de estas herramientas?

Evaluación:

Fecha de envío para la evaluación de experto:	24/02/2026
Fecha de revisión del experto:	24/02/2026

A continuación, marque con una X en el criterio de evaluación según el análisis de cada pregunta que conforma el cuestionario, las cuales se encuentran representadas en el siguiente instrumento de evaluación cómo Item. De ser necesario realice la observación en el casillero correspondiente.

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN CUALITATIVO ENTREVISTA DIRIGIDA DOCENTE DE COMUNICACIÓN			
ITEMS	**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**		
	MUCHO	**POCO**	**NADA**
Instrucción breve, clara y completa.	X		
Formulación clara de cada pregunta.	X		
Comprensión de cada pregunta.	X		
Coherencia de las preguntas en relación con el objetivo.	X		
Relevancia del contenido.	X		
Orden y secuencia de las preguntas.	X		
Número de preguntas óptimo.	X		

Observaciones:

…….



Firma del Evaluador

C.C.: 1003799657

Apellidos y nombres completos.	Gabriela Arcos
Título académico.	Docente
Institución de Educación Superior.	UTN
Correo electrónico.	Cgarcos@utn.edu.ec
Teléfono.	0992282518

VALIDADACIÓN DE INSTRUMENTOS

Proyecto:	Tiktok y los ideales del cuerpo masculino: percepciones de los adolescentes hombres de la Unidad Educativa Natalia JARRÍN de Cayambe, 2025
Autor (es)	Damaris Nayeli Villamarin Guzmán
Objetivo	Analizar las percepciones de los adolescentes hombres de la Unidad Educativa Natalia Jarrín sobre los ideales del cuerpo masculino promovidos en TikTok durante el año 2025.

ANEXO 1: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO A JUICIO DE EXPERTO:

Nombre y Apellido del Experto: MSc. Gabriela Arcos

Formación Académica: Magister en Relaciones Publicas

Cargo Actual: Docente

Institución: Universidad Técnica del Norte

ANEXO 2: INSTRUMENTO PARA ENTREVISTA.

¿Cómo influyen actualmente las redes sociales en la salud mental de los adolescentes?

En el caso específico de TikTok, ¿qué características de esta plataforma pueden generar mayor impacto psicológico en los jóvenes?

¿Qué tipo de estereotipos predominan actualmente en esta red social de TikTok?

¿Qué efectos emocionales puede generar la constante comparación con influencers masculinos?

¿Cómo puede influir este tipo de contenido en la construcción de la autoimagen durante la adolescencia?

¿Qué señales podrían indicar que un adolescente está desarrollando una preocupación excesiva por su imagen a partir de lo que ve en redes?

¿Qué impacto tienen los estereotipos de belleza en la percepción de los jóvenes?

Desde su perspectiva, ¿este tipo de exposición puede influir en decisiones cómo iniciar rutinas extremas de ejercicio o cambios físicos sin orientación adecuada?

¿Cómo deberían abordarse estos temas desde la orientación escolar?

¿Qué nuevos estilos o tendencias en redes sociales están influyendo actualmente en la percepción corporal de los adolescentes masculinos?

¿Qué recomendaciones considera importantes para que los adolescentes mantengan una relación saludable con este tipo de contenido digital?

Evaluación:

Fecha de envío para la evaluación de experto:	24/02/2026

Fecha de revisión del experto:	24/02/2026

A continuación, marque con una X en el criterio de evaluación según el análisis de cada pregunta que conforma el cuestionario, las cuales se encuentran representadas en el siguiente instrumento de evaluación cómo Item. De ser necesario realice la observación en el casillero correspondiente.

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN CUALITATIVO ENTREVISTA DIRIGIDA A PSICOLOGO/A			
ITEMS	**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**		
	MUCHO	**POCO**	**NADA**
Instrucción breve, clara y completa.	X		
Formulación clara de cada pregunta.	X		
Comprensión de cada pregunta.	X		
Coherencia de las preguntas en relación con el objetivo.	X		
Relevancia del contenido.	X		
Orden y secuencia de las preguntas.	X		
Número de preguntas óptimo.	X		

Observaciones:

…….



Firma del Evaluador

C.C.: 1003799657

Apellidos y nombres completos.	Gabriela Arcos
Título académico.	Docente
Institución de Educación Superior.	UTN
Correo electrónico.	cgarcos@utn.edu.ec
Teléfono.	0992282518

VALIDADACIÓN DE INSTRUMENTOS

Proyecto:	Tiktok y los ideales del cuerpo masculino: percepciones de los adolescentes hombres de la Unidad Educativa Natalia JARRÍN de Cayambe, 2025.
Autor (es)	Damaris Nayeli Villamarin Guzmán
Objetivo	Analizar las percepciones de los adolescentes hombres de la Unidad Educativa Natalia Jarrín sobre los ideales del cuerpo masculino promovidos en TikTok durante el año 2025.

ANEXO 1: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO A JUICIO DE EXPERTO:

Nombre y Apellido del Experto: MSc. Gabriela Arcos

Formación Académica: Magister en Relaciones Publicas

Cargo Actual: Docente

Institución: Universidad Técnica del Norte

ANEXO 2: INSTRUMENTO PARA ENTREVISTA.

¿Qué función cumplen los estereotipos de belleza masculina en la sociedad actual?

¿Cómo se reproducen y legitiman estos estereotipos a través de plataformas digitales cómo TikTok? ¿Cómo han cambiado los ideales de masculinidad con la expansión de redes sociales cómo TikTok?

¿Qué características masculinas predominan actualmente en los contenidos más visibles para adolescentes?

¿Qué papel juegan los influencers en la construcción de modelos juveniles?

¿Cómo influyen las tendencias digitales en la identidad masculina adolescente?

¿Considera que existe presión social para cumplir ciertos estándares estéticos difundidos en redes sociales?

¿Qué diferencias observa entre generaciones respecto a la imagen masculina y su exposición pública?

¿Cómo impacta estos modelos corporales en las relaciones sociales entre adolescentes?

¿Considera que TikTok contribuye a amplificar modelos corporales homogéneos o limitados? ¿Por qué?

¿Qué riesgos cree usted que existe cuando los adolescentes hombres adoptan ideales corporales poco realistas?

¿Cree que evolucionara el ideal del cuerpo masculino en la próxima década con el crecimiento de las redes sociales?

¿Que recomendación daría a los adolescentes para desarrollar una relación saludable con su cuerpo ahora en la era digital?

Evaluación:

Fecha de envío para la evaluación de experto:	24/02/2026

Fecha de revisión del experto:	24/02/2026

A continuación, marque con una X en el criterio de evaluación según el análisis de cada pregunta que conforma el cuestionario, las cuales se encuentran representadas en el siguiente instrumento de evaluación cómo Item. De ser necesario realice la observación en el casillero correspondiente.

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN CUALITATIVO ENTREVISTA DIRIGIDA A SOCIÓLOGO			
ITEMS	**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**		
	MUCHO	**POCO**	**NADA**
Instrucción breve, clara y completa.	X		
Formulación clara de cada pregunta.	X		
Comprensión de cada pregunta.	X		
Coherencia de las preguntas en relación con el objetivo.	X		
Relevancia del contenido.	X		
Orden y secuencia de las preguntas.	X		
Número de preguntas óptimo.	X		

Observaciones:

…….



Firma del Evaluador

C.C.: 1003799657

Apellidos y nombres completos.	Gabriela Arcos
Título académico.	Docente
Institución de Educación Superior.	UTN
Correo electrónico.	cgarcos@utn.edu.ec
Teléfono.	0992282518

VALIDADACIÓN DE INSTRUMENTOS

Proyecto:	Tiktok y los ideales del cuerpo masculino: percepciones de los adolescentes hombres de la Unidad Educativa Natalia JARRÍN de Cayambe, 2025.
Autor (es)	Damaris Nayeli Villamarin Guzmán
Objetivo	Analizar las percepciones de los adolescentes hombres de la Unidad Educativa Natalia Jarrín sobre los ideales del cuerpo masculino promovidos en TikTok durante el año 2025.

ANEXO 1: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO A JUICIO DE EXPERTO:

Nombre y Apellido del Experto: MSc. Gabriela Arcos

Formación Académica: Magister en Relaciones Publicas

Cargo Actual: Docente

Institución: Universidad Técnica del Norte

ANEXO 2: INSTRUMENTO PARA ENCUESTA.

Seleccione su edad

- 14 • 15 • 16 • 17
- 18

¿Cuánto tiempo pasas en TikTok al día?

- Menos de 1 hora
- Entre 1 y 2 horas
- Entre 3 y 4 horas
- Más de 4 horas

¿Con qué frecuencia usas TikTok?

- Todos los dias
- Casi todos los dias
- Algunas veces a la semana
- Casi nunca

¿Qué tipo de contenido consumes más en TikTok?

- Contenido de gimnasio
- Deportes y actividad física
- Estilo y cuidado personal
- Contenido de motivación personal • Contenido de entretenimiento
- Otros:

Al ver videos en TikTok ¿Qué elemento predomina en las publicaciones de los influencers?

- Entrenamientos
- Su condición física o estética
- Su estilo de vida (ropa, viajes, marcas)
- Su carisma o humor

¿Alguna vez te has comparado físicamente con personas que miras en TikTok?

- Si

- No

Cuando ves en TikTok a un influencer que muestran rutinas de ejercicio o cambios físicos. ¿Qué haces generalmente?

- Me inspira a mejorar mi apariencia
- Me comparo con esa persona
- Me siento identificado
- Lo veo unicamente por distracción

Después de usar TikTok. ¿Cómo te sientes respecto a tu cuerpo?

- Me siento conforme con mi apariencia
- A veces quisiera cambiar algo de mi cuerpo
- Me motiva a mejorar
- Depende del contenido

¿Has intentado cambiar algo de tu cuerpo o hábitos (ejercicio, dieta o apariencia) por lo que ves en TikTok?

- Empezar hacer ejercicio
- Mejorar mi forma de vestir
- Cambiar mis hábitos saludables
- Cuidar más mi apariencia
- No he cambiado nada

¿Qué tipo de cuerpo crees que aparece más en los videos de TikTok?

- Cuerpo atleta o musculoso
- Cuerpo delgado
- Cuerpo promedio
- Diferentes tipos de cuerpo

Al mirar contenido en TikTok. ¿Qué es lo que más te llama tu atención?

- La apariencia física
- La moda
- Rutinas o actividades
- Información que comparten • Tendencias virales de la red • Otros:

¿Sientes que TikTok influye en cómo te percibes o valoras a ti mismo?

- Si
- No

¿Qué importancia tienen para ti los "likes"o comentarios sobre la apariencia en TikTok?

- Me gusta cuando los videos reciben likes
- Me parecen algo normal
- No les doy importancia
- No me interesan

¿Qué haces cuando miras en TikTok un video sobre apariencia física, ejercicio, rutinas o hábitos que se vuelven viral?

- Solo mirar los videos
- Reaccionar (like o comentar)
- Guardar el video
- Lo comparto con amigos **Evaluación:**

Fecha de envío para la evaluación de experto:	24/02/2026
Fecha de revisión del experto:	24/02/2026

A continuación, marque con una X en el criterio de evaluación según el análisis de cada pregunta que conforma el cuestionario, las cuales se encuentran representadas en el siguiente instrumento de evaluación cómo Item. De ser necesario realice la observación en el casillero correspondiente.

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN CUANTITIATIVA ENCUESTA DIRIGIDA A ESTUDIANTES			
ITEMS	**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**		
	MUCHO	**POCO**	**NADA**
Instrucción breve, clara y completa.		X	
Formulación clara de cada pregunta.	X		
Comprensión de cada pregunta.	X		
Coherencia de las preguntas en relación con el objetivo.	X		
Relevancia del contenido.	X		
Orden y secuencia de las preguntas	X		
Número de preguntas óptimo	X		

Observaciones:

……



Firma del Evaluador

C.C.: 1003799657

Apellidos y nombres completos.	Gabriela Arcos
Título académico.	Docente
Institución de Educación Superior.	UTN
Correo electrónico.	cgarcos@utn.edu.ec
Teléfono.	0992282518

VALIDADACIÓN DE INSTRUMENTOS

Proyecto:	Tiktok y los ideales del cuerpo masculino: percepciones de los adolescentes hombres de la Unidad Educativa Natalia JARRÍN de Cayambe, 2025
Autor (es)	Damaris Nayeli Villamarin Guzmán

Objetivo	Analizar las percepciones de los adolescentes hombres de la Unidad Educativa Natalia Jarrín sobre los ideales del cuerpo masculino promovidos en TikTok durante el año 2025.

ANEXO 1: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO A JUICIO DE EXPERTO:

Nombre y Apellido del Experto: MSc. Manuel Alfredo Montufar

Formación Académica: Magister en Comunicación

Cargo Actual: Docente

Institución: Universidad Técnica del Norte

ANEXO 2: INSTRUMENTO PARA ENTREVISTA.

Desde su experiencia en medios digitales, ¿qué tipo de contenidos relacionados con la imagen masculina observa que predominan actualmente en TikTok?

¿Qué impacto tiene el consumismo en los adolescentes que usan TikTok?

¿Qué características comparten los perfiles masculinos que logran mayor visibilidad o interacción?

¿Considera que las tendencias cómo retos, transformaciones físicas o rutinas de estilo influyen en lo que los adolescentes consumen con mayor frecuencia?

¿De qué manera el algoritmo de TikTok puede reforzar la repetición de ciertos modelos o estilos de vida?

¿Cree que la lógica de viralización favorece determinados perfiles sobre otros? ¿Por qué?

¿Qué tipo de imagen masculina cree que se está posicionando con más fuerza en TikTok?

¿Cree que existe un cambio en cómo se percibe la masculinidad ahora comparado con antes debido a TikTok?

¿Cuál es su opinión sobre el consumo excesivo de TikTok y su impacto negativo en los estudiantes?

¿Qué mensajes predominan en los contenidos más virales dirigidos a adolescentes?

¿Cómo influyen los hashtags y tendencias en la construcción de estos modelos de imagen masculina?

¿Cómo afecta esto a la corresponsabilidad de los jóvenes al compartir contenido?

¿Qué responsabilidad considera que tienen los creadores de contenido y las plataformas frente a audiencias adolescentes?

¿Cuál sería su recomendación final para los jóvenes respecto al uso de estas herramientas?

Evaluación:

Fecha de envío para la evaluación de experto:	24/02/2026
Fecha de revisión del experto:	24/02/2026

A continuación, marque con una X en el criterio de evaluación según el análisis de cada pregunta que conforma el cuestionario, las cuales se encuentran representadas en el siguiente instrumento de evaluación cómo Item. De

ser necesario realice la observación en el casillero correspondiente.

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN CUALITATIVO ENTREVISTA DIRIGIDA DOCENTE DE COMUNICACIÓN			
ITEMS	**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**		
	MUCHO	**POCO**	**NADA**
Instrucción breve, clara y completa.	X		
Formulación clara de cada pregunta.	X		
Comprensión de cada pregunta.	X		
Coherencia de las preguntas en relación con el objetivo.	X		
Relevancia del contenido.	X		
Orden y secuencia de las preguntas.	X		
Número de preguntas óptimo.	X		

Observaciones:

…….



Firma del Evaluador

C.C.: 0501921324

Apellidos y nombres completos.	Manuel Alfredo Montufar
Título académico.	Magister en comunicación
Institución de Educación Superior.	UTN
Correo electrónico.	maronifm@utn.edu.ec
Teléfono.	0999830120

VALIDADACIÓN DE INSTRUMENTOS

Proyecto:	Tiktok y los ideales del cuerpo masculino: percepciones de los adolescentes hombres de la Unidad Educativa Natalia JARRÍN de Cayambe, 2025
Autor (es)	Damaris Nayeli Villamarin Guzmán
Objetivo	Analizar las percepciones de los adolescentes hombres de la Unidad Educativa Natalia Jarrín sobre los ideales del cuerpo masculino promovidos en TikTok durante el año 2025.

ANEXO 1: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO A JUICIO DE EXPERTO:

Nombre y Apellido del Experto: MSc. Manuel Alfredo Montufar

Formación Académica: Magister en Comunicación

Cargo Actual: Docente

Institución: Universidad Técnica del Norte

ANEXO 2: INSTRUMENTO PARA ENTREVISTA.

¿Cómo influyen actualmente las redes sociales en la salud mental de los adolescentes?

En el caso específico de TikTok, ¿qué características de esta plataforma pueden generar mayor impacto psicológico en los jóvenes?

¿Qué tipo de estereotipos predominan actualmente en esta red social de TikTok?

¿Qué efectos emocionales puede generar la constante comparación con influencers masculinos?

¿Cómo puede influir este tipo de contenido en la construcción de la autoimagen durante la adolescencia?

¿Qué señales podrían indicar que un adolescente está desarrollando una preocupación excesiva por su imagen a partir de lo que ve en redes?

¿Qué impacto tienen los estereotipos de belleza en la percepción de los jóvenes?

Desde su perspectiva, ¿este tipo de exposición puede influir en decisiones cómo iniciar rutinas extremas de ejercicio o cambios físicos sin orientación adecuada?

¿Cómo deberían abordarse estos temas desde la orientación escolar?

¿Qué nuevos estilos o tendencias en redes sociales están influyendo actualmente en la percepción corporal de los adolescentes masculinos?

¿Qué recomendaciones considera importantes para que los adolescentes mantengan una relación saludable con este tipo de contenido digital?

Evaluación:

Fecha de envío para la evaluación de experto:	24/02/2026
Fecha de revisión del experto:	24/02/2026

A continuación, marque con una X en el criterio de evaluación según el análisis de cada pregunta que conforma el cuestionario, las cuales se encuentran representadas en el siguiente instrumento de evaluación cómo Item. De ser necesario realice la observación en el casillero correspondiente.

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN CUALITATIVO ENTREVISTA DIRIGIDA A PSICOLOGO/A			
ITEMS	**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**		
	MUCHO	**POCO**	**NADA**
Instrucción breve, clara y completa.	X		
Formulación clara de cada pregunta.	X		
Comprensión de cada pregunta.	X		
Coherencia de las preguntas en relación con el objetivo.	X		
Relevancia del contenido.	X		
Orden y secuencia de las preguntas.	X		
Número de preguntas óptimo.	X		

Observaciones:

…….



Firma del Evaluador

C.C.: 0501921324

Apellidos y nombres completos.	Manuel Alfredo Montufar
Título académico.	Magister en comunicación
Institución de Educación Superior.	UTN
Correo electrónico.	maronifm@utn.edu.ec
Teléfono.	0999830120

VALIDADACIÓN DE INSTRUMENTOS

Proyecto:	Tiktok y los ideales del cuerpo masculino: percepciones de los adolescentes hombres de la Unidad Educativa Natalia JARRÍN de Cayambe, 2025.
Autor (es)	Damaris Nayeli Villamarin Guzmán
Objetivo	Analizar las percepciones de los adolescentes hombres de la Unidad Educativa Natalia Jarrín sobre los ideales del cuerpo masculino promovidos en TikTok durante el año 2025.

ANEXO 1: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO A JUICIO DE EXPERTO:

Nombre y Apellido del Experto: MSc. Manuel Alfredo Montufar

Formación Académica: Magister en comunicación

Cargo Actual: Docente

Institución: Universidad Técnica del Norte

ANEXO 2: INSTRUMENTO PARA ENTREVISTA.

¿Qué función cumplen los estereotipos de belleza masculina en la sociedad actual?

¿Cómo se reproducen y legitiman estos estereotipos a través de plataformas digitales cómo TikTok? ¿Cómo han cambiado los ideales de masculinidad con la expansión de redes sociales cómo TikTok?

¿Qué características masculinas predominan actualmente en los contenidos más visibles para adolescentes?

¿Qué papel juegan los influencers en la construcción de modelos juveniles?

¿Cómo influyen las tendencias digitales en la identidad masculina adolescente?

¿Considera que existe presión social para cumplir ciertos estándares estéticos difundidos en redes sociales?

¿Qué diferencias observa entre generaciones respecto a la imagen masculina y su exposición pública?

¿Cómo impacta estos modelos corporales en las relaciones sociales entre adolescentes?

¿Considera que TikTok contribuye a amplificar modelos corporales homogéneos o limitados? ¿Por qué?

Que riesgos cree usted que existe cuando los adolescentes hombres adoptan ideales corporales poco realistas?

¿ Cree que evolucionara el ideal del cuerpo masculino en la próxima década con el crecimiento de las redes sociales?

¿ Que recomendación daría a los adolescentes para desarrollar una relación saludable con su cuerpo ahora en la era digital?

Evaluación:

Fecha de envío para la evaluación de experto:	24/02/2026
Fecha de revisión del experto:	24/02/2026

A continuación, marque con una X en el criterio de evaluación según el análisis de cada pregunta que conforma el cuestionario, las cuales se encuentran representadas en el siguiente instrumento de evaluación cómo Item. De ser necesario realice la observación en el casillero correspondiente.

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN CUALITATIVO ENTREVISTA DIRIGIDA A SOCIÓLOGO			
ITEMS	**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**		
	MUCHO	**POCO**	**NADA**
Instrucción breve, clara y completa.	X		
Formulación clara de cada pregunta.	X		
Comprensión de cada pregunta.	X		
Coherencia de las preguntas en relación con el objetivo.	X		
Relevancia del contenido.	X		
Orden y secuencia de las preguntas.	X		
Número de preguntas óptimo.	X		

Observaciones:

…….



Firma del Evaluador

C.C.: 0501921324

Apellidos y nombres completos.	Manuel Alfredo Montufar
Título académico.	Magister en comunicación
Institución de Educación Superior.	UTN
Correo electrónico.	maronifm@utn.edu.ec
Teléfono.	0999830120

VALIDADACIÓN DE INSTRUMENTOS

Proyecto:	Tiktok y los ideales del cuerpo masculino: percepciones de los adolescentes hombres de la Unidad Educativa Natalia JARRÍN de Cayambe, 2025.
Autor (es)	Damaris Nayeli Villamarin Guzmán
Objetivo	Analizar las percepciones de los adolescentes hombres de la Unidad Educativa Natalia Jarrín sobre los ideales del cuerpo masculino promovidos en TikTok durante el año 2025.

ANEXO 1: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO A JUICIO DE EXPERTO:

Nombre y Apellido del Experto: MSc. Manuel Alfredo Montufar

Formación Académica: Magister en comunicación

Cargo Actual: Docente

Institución: Universidad Técnica del Norte

ANEXO 2: INSTRUMENTO PARA ENCUESTA.

Seleccione su edad

- 14 • 15 • 16 • 17
- 18

¿Cuánto tiempo pasas en TikTok al día?

- Menos de 1 hora
- Entre 1 y 2 horas
- Entre 3 y 4 horas
- Más de 4 horas

¿Con qué frecuencia usas TikTok?

- Todos los dias
- Casi todos los dias
- Algunas veces a la semana
- Casi nunca

¿Qué tipo de contenido consumes más en TikTok?

- Contenido de gimnasio
- Deportes y actividad física
- Estilo y cuidado personal
- Contenido de motivación personal • Contenido de entretenimiento
- Otros:

Al ver videos en TikTok ¿Qué elemento predomina en las publicaciones de los influencers?

- Entrenamientos
- Su condición física o estética
- Su estilo de vida (ropa, viajes, marcas)
- Su carisma o humor

¿Alguna vez te has comparado físicamente con personas que miras en TikTok?

- Si
- No

Cuando ves en TikTok a un influencer que muestran rutinas de ejercicio o cambios físicos. ¿Qué haces generalmente?

- Me inspira a mejorar mi apariencia
- Me comparo con esa persona
- Me siento identificado
- Lo veo unicamente por distracción

Después de usar TikTok. ¿Cómo te sientes respecto a tu cuerpo?

- Me siento conforme con mi apariencia
- A veces quisiera cambiar algo de mi cuerpo
- Me motiva a mejorar
- Depende del contenido

¿Has intentado cambiar algo de tu cuerpo o hábitos (ejercicio, dieta o apariencia) por lo que ves en TikTok?

- Empezar hacer ejercicio
- Mejorar mi forma de vestir
- Cambiar mis hábitos saludables
- Cuidar más mi apariencia
- No he cambiado nada

¿Qué tipo de cuerpo crees que aparece más en los videos de TikTok?

- Cuerpo atleta o musculoso
- Cuerpo delgado
- Cuerpo promedio
- Diferentes tipos de cuerpo

Al mirar contenido en TikTok. ¿Qué es lo que más te llama tu atención?

- La apariencia física
- La moda
- Rutinas o actividades
- Información que comparten • Tendencias virales de la red • Otros:

¿Sientes que TikTok influye en cómo te percibes o valoras a ti mismo?

- Si
- No

¿Qué importancia tienen para ti los "likes"o comentarios sobre la apariencia en TikTok?

- Me gusta cuando los videos reciben likes
- Me parecen algo normal
- No les doy importancia
- No me interesan

¿Qué haces cuando miras en TikTok un video sobre apariencia física, ejercicio, rutinas o hábitos que se vuelven viral?

- Solo mirar los videos
- Reaccionar (like o comentar)
- Guardar el video
- Lo comparto con amigos **Evaluación:**

Fecha de envío para la evaluación de experto:	24/02/2026
Fecha de revisión del experto:	24/02/2026

A continuación, marque con una X en el criterio de evaluación según el análisis de cada pregunta que conforma el cuestionario, las cuales se encuentran representadas en el siguiente instrumento de evaluación cómo Item. De ser necesario realice la observación en el casillero correspondiente.

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN CUANTITIATIVA ENCUESTA DIRIGIDA A ESTUDIANTES			
ITEMS	**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**		
	MUCHO	**POCO**	**NADA**
Instrucción breve, clara y completa.	X		
Formulación clara de cada pregunta.	X		
Comprensión de cada pregunta.	X		
Coherencia de las preguntas en relación con el objetivo.	X		
Relevancia del contenido.	X		
Orden y secuencia de las preguntas	X		
Número de preguntas óptimo	X		

Observaciones:

……



Firma del Evaluador

C.C.: 0501921324

Apellidos y nombres completos.	Manuel Alfredo Montufar
Título académico.	Magister en comunicación
Institución de Educación Superior.	UTN
Correo electrónico.	maronifm@utn.edu.ec
Teléfono.	0999830120

VALIDADACIÓN DE INSTRUMENTOS

Proyecto:	Tiktok y los ideales del cuerpo masculino: percepciones de los adolescentes hombres de la Unidad Educativa Natalia JARRÍN de Cayambe, 2025
Autor (es)	Damaris Nayeli Villamarin Guzmán
Objetivo	Analizar las percepciones de los adolescentes hombres de la Unidad Educativa Natalia Jarrín sobre los ideales del cuerpo masculino promovidos en TikTok durante el año 2025.

ANEXO 1: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO A JUICIO DE EXPERTO:
Nombre y Apellido del Experto: PhD. Paola Mantilla
Formación Académica: DIRCOM

Cargo Actual: Docente

Institución: Universidad Técnica del Norte

ANEXO 2: INSTRUMENTO PARA ENTREVISTA.

Desde su experiencia en medios digitales, ¿qué tipo de contenidos relacionados con la imagen masculina observa que predominan actualmente en TikTok?

¿Qué impacto tiene el consumismo en los adolescentes que usan TikTok?

¿Qué características comparten los perfiles masculinos que logran mayor visibilidad o interacción?

¿Considera que las tendencias cómo retos, transformaciones físicas o rutinas de estilo influyen en lo que los adolescentes consumen con mayor frecuencia?

¿De qué manera el algoritmo de TikTok puede reforzar la repetición de ciertos modelos o estilos de vida?

¿Cree que la lógica de viralización favorece determinados perfiles sobre otros? ¿Por qué?

¿Qué tipo de imagen masculina cree que se está posicionando con más fuerza en TikTok?

¿Cree que existe un cambio en cómo se percibe la masculinidad ahora comparado con antes debido a TikTok?

¿Cuál es su opinión sobre el consumo excesivo de TikTok y su impacto negativo en los estudiantes?

¿Qué mensajes predominan en los contenidos más virales dirigidos a adolescentes?

¿Cómo influyen los hashtags y tendencias en la construcción de estos modelos de imagen masculina?

¿Cómo afecta esto a la corresponsabilidad de los jóvenes al compartir contenido?

¿Qué responsabilidad considera que tienen los creadores de contenido y las plataformas frente a audiencias adolescentes?

¿Cuál sería su recomendación final para los jóvenes respecto al uso de estas herramientas?

Evaluación:

Fecha de envío para la evaluación de experto:	24/02/2026
Fecha de revisión del experto:	24/02/2026

A continuación, marque con una X en el criterio de evaluación según el análisis de cada pregunta que conforma el cuestionario, las cuales se encuentran representadas en el siguiente instrumento de evaluación cómo Item. De ser necesario realice la observación en el casillero correspondiente.

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN CUALITATIVO ENTREVISTA DIRIGIDA DOCENTE DE COMUNICACIÓN			
ITEMS	**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**		
	MUCHO	**POCO**	**NADA**
Instrucción breve, clara y completa.	X		
Formulación clara de cada pregunta.	X		
Comprensión de cada pregunta.	X		
Coherencia de las preguntas en relación con el objetivo.	X		
Relevancia del contenido.	X		
Orden y secuencia de las preguntas.	X		
Número de preguntas óptimo.	X		

Observaciones:

…….



Firma del Evaluador

C.C.: 0603243189

Apellidos y nombres completos.	Jessica Paola Mantilla
Título académico.	PhD
Institución de Educación Superior.	UTN
Correo electrónico.	jpmantilla@utn.edu.ec
Teléfono.	0988238043

VALIDADACIÓN DE INSTRUMENTOS

Proyecto:	Tiktok y los ideales del cuerpo masculino: percepciones de los adolescentes hombres de la Unidad Educativa Natalia JARRÍN de Cayambe, 2025
Autor (es)	Damaris Nayeli Villamarin Guzmán
Objetivo	Analizar las percepciones de los adolescentes hombres de la Unidad Educativa Natalia Jarrín sobre los ideales del cuerpo masculino promovidos en TikTok durante el año 2025.

ANEXO 1: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO A JUICIO DE EXPERTO:

Nombre y Apellido del Experto: PhD. Paola Mantilla

Formación Académica: DIRCOM

Cargo Actual: Docente

Institución: Universidad Técnica del Norte

ANEXO 2: INSTRUMENTO PARA ENTREVISTA.

¿Cómo influyen actualmente las redes sociales en la salud mental de los adolescentes?

En el caso específico de TikTok, ¿qué características de esta plataforma pueden generar mayor impacto psicológico en los jóvenes?

¿Qué tipo de estereotipos predominan actualmente en esta red social de TikTok?

¿Qué efectos emocionales puede generar la constante comparación con influencers masculinos?

¿Cómo puede influir este tipo de contenido en la construcción de la autoimagen durante la adolescencia?

¿Qué señales podrían indicar que un adolescente está desarrollando una preocupación excesiva por su imagen a partir de lo que ve en redes?

¿Qué impacto tienen los estereotipos de belleza en la percepción de los jóvenes?

Desde su perspectiva, ¿este tipo de exposición puede influir en decisiones cómo iniciar rutinas extremas de ejercicio o cambios físicos sin orientación adecuada?

¿Cómo deberían abordarse estos temas desde la orientación escolar?

¿Qué nuevos estilos o tendencias en redes sociales están influyendo actualmente en la percepción corporal de los adolescentes masculinos?

¿Qué recomendaciones considera importantes para que los adolescentes mantengan una relación saludable con este tipo de contenido digital?

Evaluación:

Fecha de envío para la evaluación de experto:	24/02/2026

Fecha de revisión del experto:	24/02/2026

A continuación, marque con una X en el criterio de evaluación según el análisis de cada pregunta que conforma el cuestionario, las cuales se encuentran representadas en el siguiente instrumento de evaluación cómo Item. De ser necesario realice la observación en el casillero correspondiente.

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN CUALITATIVO ENTREVISTA DIRIGIDA A PSICOLOGO/A			
ITEMS	**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**		
	MUCHO	**POCO**	**NADA**
Instrucción breve, clara y completa.	X		
Formulación clara de cada pregunta.	X		
Comprensión de cada pregunta.	X		
Coherencia de las preguntas en relación con el objetivo.	X		
Relevancia del contenido.	X		
Orden y secuencia de las preguntas.	X		
Número de preguntas óptimo.	X		

Observaciones:

…….



Firma del Evaluador

C.C.: 0703243189

Apellidos y nombres completos.	Jessica Paola Mantilla
Título académico.	PhD
Institución de Educación Superior.	UTN
Correo electrónico.	jpmantilla@utn.edu.ec
Teléfono.	0988238043

VALIDADACIÓN DE INSTRUMENTOS

Proyecto:	Tiktok y los ideales del cuerpo masculino: percepciones de los adolescentes hombres de la Unidad Educativa Natalia JARRÍN de Cayambe, 2025.
Autor (es)	Damaris Nayeli Villamarin Guzmán
Objetivo	Analizar las percepciones de los adolescentes hombres de la Unidad Educativa Natalia Jarrín sobre los ideales del cuerpo masculino promovidos en TikTok durante el año 2025.

ANEXO 1: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO A JUICIO DE EXPERTO:

Nombre y Apellido del Experto: PhD. Paola Mantilla

Formación Académica: DIRCOM

Cargo Actual: Docente

Institución: Universidad Técnica del Norte

ANEXO 2: INSTRUMENTO PARA ENTREVISTA.

¿Qué función cumplen los estereotipos de belleza masculina en la sociedad actual?

¿Cómo se reproducen y legitiman estos estereotipos a través de plataformas digitales cómo TikTok? ¿Cómo han cambiado los ideales de masculinidad con la expansión de redes sociales cómo TikTok?

¿Qué características masculinas predominan actualmente en los contenidos más visibles para adolescentes?

¿Qué papel juegan los influencers en la construcción de modelos juveniles?

¿Cómo influyen las tendencias digitales en la identidad masculina adolescente?

¿Considera que existe presión social para cumplir ciertos estándares estéticos difundidos en redes sociales?

¿Qué diferencias observa entre generaciones respecto a la imagen masculina y su exposición pública?

¿Cómo impacta estos modelos corporales en las relaciones sociales entre adolescentes?

¿Considera que TikTok contribuye a amplificar modelos corporales homogéneos o limitados? ¿Por qué?

Que riesgos cree usted que existe cuando los adolescentes hombres adoptan ideales corporales poco realistas?

¿ Cree que evolucionara el ideal del cuerpo masculino en la próxima década con el crecimiento de las redes sociales?

¿ Que recomendación daría a los adolescentes para desarrollar una relación saludable con su cuerpo ahora en la era digital?

Evaluación:

Fecha de envío para la evaluación de experto:	24/02/2026
Fecha de revisión del experto:	24/02/2026

A continuación, marque con una X en el criterio de evaluación según el análisis de cada pregunta que conforma el cuestionario, las cuales se encuentran representadas en el siguiente instrumento de evaluación cómo Item. De ser necesario realice la observación en el casillero correspondiente.

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN CUALITATIVO ENTREVISTA DIRIGIDA A SOCIÓLOGO			
ITEMS	**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**		
	MUCHO	**POCO**	**NADA**
Instrucción breve, clara y completa.	X		
Formulación clara de cada pregunta.	X		
Comprensión de cada pregunta.	X		
Coherencia de las preguntas en relación con el objetivo.	X		
Relevancia del contenido.	X		
Orden y secuencia de las preguntas.	X		
Número de preguntas óptimo.	X		

Observaciones:

……



Firma del Evaluador

C.C.: 0603243189

Apellidos y nombres completos.	Jessica Paola Mantilla
Título académico.	PhD
Institución de Educación Superior.	UTN
Correo electrónico.	jpmantilla@utn.edu.ec
Teléfono.	0988238043

VALIDADACIÓN DE INSTRUMENTOS

Proyecto:	Tiktok y los ideales del cuerpo masculino: percepciones de los adolescentes hombres de la Unidad Educativa Natalia JARRÍN de Cayambe, 2025.
Autor (es)	Damaris Nayeli Villamarin Guzmán

Objetivo	Analizar las percepciones de los adolescentes hombres de la Unidad Educativa Natalia Jarrín sobre los ideales del cuerpo masculino promovidos en TikTok durante el año 2025.

ANEXO 1: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO A JUICIO DE EXPERTO:

Nombre y Apellido del Experto: PhD. Paola Mantilla

Formación Académica: DIRCOM

Cargo Actual: Docente

Institución: Universidad Técnica del Norte

ANEXO 2: INSTRUMENTO PARA ENCUESTA.

Seleccione su edad

- 14 • 15 • 16 • 17
- 18

¿Cuánto tiempo pasas en TikTok al día?

- Menos de 1 hora
- Entre 1 y 2 horas
- Entre 3 y 4 horas
- Más de 4 horas

¿Con qué frecuencia usas TikTok?

- Todos los dias
- Casi todos los dias
- Algunas veces a la semana
- Casi nunca

¿Qué tipo de contenido consumes más en TikTok?

- Contenido de gimnasio
- Deportes y actividad física
- Estilo y cuidado personal
- Contenido de motivación personal • Contenido de entretenimiento
- Otros:

Al ver videos en TikTok ¿Qué elemento predomina en las publicaciones de los influencers?

- Entrenamientos
- Su condición física o estética
- Su estilo de vida (ropa, viajes, marcas)
- Su carisma o humor

¿Alguna vez te has comparado físicamente con personas que miras en TikTok?

- Si
- No

Cuando ves en TikTok a un influencer que muestran rutinas de ejercicio o cambios físicos. ¿Qué haces generalmente?

- Me inspira a mejorar mi apariencia
- Me comparo con esa persona
- Me siento identificado
- Lo veo unicamente por distracción

Después de usar TikTok. ¿Cómo te sientes respecto a tu cuerpo?

- Me siento conforme con mi apariencia
- A veces quisiera cambiar algo de mi cuerpo
- Me motiva a mejorar
- Depende del contenido

¿Has intentado cambiar algo de tu cuerpo o hábitos (ejercicio, dieta o apariencia) por lo que ves en TikTok?

- Empezar hacer ejercicio
- Mejorar mi forma de vestir
- Cambiar mis hábitos saludables
- Cuidar más mi apariencia
- No he cambiado nada

¿Qué tipo de cuerpo crees que aparece más en los videos de TikTok?

- Cuerpo atleta o musculoso
- Cuerpo delgado
- Cuerpo promedio
- Diferentes tipos de cuerpo

Al mirar contenido en TikTok. ¿Qué es lo que más te llama tu atención?

- La apariencia física
- La moda
- Rutinas o actividades
- Información que comparten • Tendencias virales de la red • Otros:

¿Sientes que TikTok influye en cómo te percibes o valoras a ti mismo?

- Si
- No

¿Qué importancia tienen para ti los "likes"o comentarios sobre la apariencia en TikTok?

- Me gusta cuando los videos reciben likes
- Me parecen algo normal
- No les doy importancia
- No me interesan

¿Qué haces cuando miras en TikTok un video sobre apariencia física, ejercicio, rutinas o hábitos que se vuelven viral?

- Solo mirar los videos
- Reaccionar (like o comentar)
- Guardar el video
- Lo comparto con amigos **Evaluación:**

Fecha de envío para la evaluación de experto:	24/02/2026
Fecha de revisión del experto:	24/02/2026

A continuación, marque con una X en el criterio de evaluación según el análisis de cada pregunta que conforma

el cuestionario, las cuales se encuentran representadas en el siguiente instrumento de evaluación cómo Item. De ser necesario realice la observación en el casillero correspondiente.

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN CUANTITIATIVA ENCUESTA DIRIGIDA A ESTUDIANTES			
ITEMS	**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**		
	MUCHO	**POCO**	**NADA**
Instrucción breve, clara y completa.	X		
Formulación clara de cada pregunta.	X		
Comprensión de cada pregunta.	X		
Coherencia de las preguntas en relación con el objetivo.	X		
Relevancia del contenido.	X		
Orden y secuencia de las preguntas	X		
Número de preguntas óptimo	X		

Observaciones:

……



Firma del Evaluador

C.C.: 0603243189

Apellidos y nombres completos.	Jessica Paola Mantilla
Título académico.	PhD
Institución de Educación Superior.	UTN
Correo electrónico.	jpmantilla@utn.edu.ec
Teléfono.	0988238043