



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE
GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

CONTENIDO DE LOS INFLUENCERS DE ECUADOR EN TIK TOK,
ÚLTIMO TRIMESTRE 2020.

AUTOR:

RIOS AYALA JOYCE DENISSE

TUTOR:

MSC. ANDRADE BAZAN MONICA JOSELYN

BABAHOYO – ECUADOR

2021



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
EXAMEN COMPLEXIVO



DEDICATORIA

Dedico este proyecto principalmente a Dios, por brindarme salud, paciencia y fuerzas para seguir en mi camino, a pesar de las adversidades siempre he tenido claro que es su voluntad y misericordia la que me han permitido estar en este mundo con un propósito.

A mi familia, por el apoyo incondicional y la confianza que sembrado en mí para cumplir mis objetivos como persona y estudiante.

A mis padres por ser las piezas claves de mi rompecabezas, admiro el esfuerzo y dedicación que me han brindado en lo largo de mis estudios, a pesar, que en muchas ocasiones la economía no estuvo de nuestro lado siempre encuentran la manera de apoyarnos a mi hermano y a mí.

A mi madre por ser mi amiga, profesora y compañera de vida, el ser que más amo en este mundo, esta mujer que ha sido mi inspiración para convertirme en una profesional, esta madre que siempre ha dado todo por mí. “Mamá, todo esfuerzo tiene su recompensa”.

Joyce Denisse Rios Ayala



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
EXAMEN COMPLEXIVO



AGRADECIMIENTO

Aprovechare para agradecer a mis primeros pilares de vida que Dios me dio, MIS PADRES, sin ellos no estuviera culminando mis estudios universitarios y no me hubiese convertido en la mujer que soy. Gracias por el apoyo y confianza incondicional he podido culminar una etapa más de mi vida como estudiante.

¡Papá!, gracias por todo el esfuerzo que has hecho por mi hermano y por mí, gracias por permitirme cumplir mis metas, eres un ser importante en mi vida y siempre estaré agradecida por ello. ¡Aquí está tu niña!, convirtiéndose en una profesional dispuesta apoyarlos como ustedes lo hicieron conmigo.

También quiero agradecer a la máster Joselyn Andrade por su apoyo y perseverancia durante este proceso de titulación y también estudiantil, gracias por compartir sus conocimientos como docente.

¡Me quedo eternamente agradecida con ustedes!

Joyce Denisse Rios Ayala

RESUMEN

Este trabajo de investigación nace con el objetivo de analizar el contenido que brindan los tiktokers de Ecuador y de qué manera se benefician de esta plataforma, abarcaremos temas de relevancia donde conoceremos acerca de Tik Tok, su crecimiento durante la emergencia sanitaria del Covid 19, que es un tiktoker entre otros; por el cual se ejecutó un análisis y recolección de datos donde se identificó a cinco personajes del país que se dedican a la creación de contenidos, posteriormente se realizó la ficha de observación para detallarlo.

De acuerdo a la investigación se puede observar que los tiktokers seleccionados generan diferente tipo de contenido y le agregan estilo propio, sin embargo, se identificó que todos realizan publicidades de diferentes empresas o promocionan su propio emprendimiento de manera directa o indirecta. Cabe destacar que no todos los videos que ellos suben a la aplicación son auspiciados, eso depende de cada influencer y como se maneje su perfil.

Palabras clave: TikTok, Plataforma, Influencer, Contenido, Generación Z.

ABSTRACT

This research work was born with the objective of analyzing the content provided by tiktokers in Ecuador and how they benefit from this platform, we will cover relevant issues where we will learn about Tik Tok, its growth during the health emergency of Covid 19, which he is a tiktoker among others; For which an analysis and data collection were carried out where five characters of the country who are dedicated to the creation of content were identified, later the observation sheet was made to detail it.

According to the research, it can be observed that the selected tiktokers generate different types of content and add their own style, however, it was identified that all carry out advertisements for different companies or promote their own undertaking directly or indirectly. It should be noted that not all the videos that they upload to the application are sponsored, that depends on each influencer and how their profile is managed.

Keywords: TikTok, Platform, Influencer, Content, Gen Z.

ÍNDICE GENERAL

Contenido

I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. DESARROLLO.....	2
2.1. JUSTIFICACIÓN.....	2
2.2. OBJETIVO.....	3
2.3. SUSTENTOS TEORICOS.....	3
Tik Tok y sus herramientas.....	3
Tipo de contenido en Tik Tok.....	4
Tik Tok durante el Covid-19.....	5
¿Qué es tiktoker?.....	6
Tiktokers en Ecuador.....	6
2.4. TÉCNICAS APLICADAS.....	9
Método Analítico.....	9
Ficha de observación.....	9
2.5. RESULTADOS OBTENIDOS.....	10
III. CONCLUSIONES.....	12
IV. RECOMENDACIONES.....	13
V. BIBLIOGRAFÍA.....	14
VI. ANEXOS.....	16

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación denominado: “Análisis de contenido de los influencers de Ecuador en Tik tok, último trimestre 2020”; es una propuesta para identificar el tipo de contenido que realizan u ofrecen los influencers ecuatorianos y cómo se benefician de esta plataforma, ya que esta aplicación es utilizada por la generación actual donde los jóvenes plasman su creatividad por medio de estos cortos audiovisuales.

El análisis de caso de carácter complejo abarca información relevante acerca de la plataforma de Tik Tok, conoceremos cuales fueron sus inicios, las herramientas que tiene, saber que es un tiktokker, entre otras. Por otra parte se optó por seleccionar a cinco influencers de Ecuador que se dedican a la creación de videos, por ende, se realizó una breve biografía de los personajes.

Para analizar el contenido de los influencers se aplicó el método analítico donde se utilizó las herramientas digitales para la recolección de información a profundidad basada en varios autores para dar realce al trabajo de investigación, de la misma forma se ejecutó la recopilación de datos, esta consta de una ficha de observación para detallar los perfiles de los tiktokers seleccionados del país.

Con este trabajo se pretende conocer cómo se manejan los tiktokers en el país, con la inclusión de las redes sociales los jóvenes se sienten comprometidos con el mundo virtual y se expresan por plataformas como Tik Tok donde se desconectan de la realidad, buscan expresarse libremente, se divierten. Por otra parte, puede convertirse en fuente de ingresos para los que se dedican a la creación de contenido y tiene a un público estable.

Este estudio de caso está direccionado bajo la línea de investigación de la carrera de Comunicación Social, titulada: Comunicación sustentable aplicada a nuevas tecnologías, apoyada en la sub línea: Medios de Comunicación y su influencia en la calidad de vida de los ciudadanos/as, orientado en el objetivo 1 del Plan Nacional Toda Una Vida que es garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas.

II. DESARROLLO

2.1. JUSTIFICACIÓN

Tik Tok se ha convertido una de las aplicaciones más utilizadas a nivel mundial, siendo este obstáculo para las plataformas que estaban patentadas como: Facebook, Instagram, Whatsapp, Snapchat, entre otras. Además, tiene una gran capacidad de moverse a nivel mundial y es destacada por tener influencers creativos de todo tipo, por ende analizaremos el contenido que ofrecen los tiktokers ecuatorianos en el último trimestre del 2020.

El presente trabajo de investigación se enfoca en analizar la información que brindan y conocer que beneficios tienen, no obstante se realizó una ficha de observación para identificar un grupo específico de jóvenes influencers, de tal manera que este proyecto de a conocer cómo se maneja esta plataforma dentro del país el cual se encuentra incluida la Generación Z (Millenials) ya que estos jóvenes son de la era de la digitalización por ello deben tener conocimiento de cómo pueden aprovechar el mundo del internet.

Durante el proceso de confinamiento por el Covid-19 Tik Tok tuvo mayor impacto y repercusión a nivel mundial, en Ecuador millones de usuarios se veían plasmados en esta plataforma, aquellos del medio de la TV fueron un ejemplo de que esta aplicación no solo es una plataforma de entretenimiento sino de marketing.

Los influencers ecuatorianos más conocidos son jóvenes que ingresaron a este medio solo por diversión y en la actualidad se ha convertido en herramienta de trabajo ya que muchas marcas de diferentes índoles hacen sus promociones o publicidades por medio de estos jóvenes, convirtiéndose este en instrumento de labor. El contenido que encontramos por medio de los influencers con mayor número de seguidores es auspiciado, permitiendo que se incorporen a sus empresas y al mundo de las redes sociales.

2.2. OBJETIVO

Analizar el contenido de los influencers de Ecuador en Tik tok, último trimestre 2020.

2.3. SUSTENTOS TEORICOS

Social Media

Los medios sociales son las plataformas sobre las que interactúan y socializan personas y comunidades, con el fin de compartir ideas, noticias e intereses particulares. A diferencia de los medios tradicionales donde el contenido es generado por un gran emisor, en los medios sociales el contenido es generado mayoritariamente por la misma comunidad y es precisamente su participación lo que los convierte en medios sociales. Si no hay interacción no es un medio social. (Gómez, 2012)

Por otra parte debemos conocer un poco acerca de la multimedia, debido que hace referencia a múltiples medios de expresión físicos y digitales, aquellos varían dependiendo si es texto, imagen, video, sonido, animación y gráficos, es decir, que multimedia es la integración de varios medios para transmitir información de manera interactiva con una o más personas.

Tik Tok y sus herramientas

El origen de Tik tok es Musically esta app fue creada en 2014 por emprendedores chinos, Alex Zhu y Luyu Yang, quienes tras lanzar un proyecto de e-learning basado en videos breves que no resultó tan bien como esperaban e inspirándose en la aceptación de Snapchat por los adolescentes en Estados Unidos decidieron trasladar su emprendimiento hacia las redes sociales. (Galeano, 2019)

Sin embargo este creador tenía como finalidad lanzar una plataforma de noticias que funcionara mediante inteligencia artificial como es Google pero no funciono, con el paso de los años surgieron nuevas ideas visualizando las plataformas que ya estaban patentadas

tomando a Snapchat como ejemplo, formando una aplicación que sea completa debido a la evolución de la tecnología, Trayendo consigo a Tik Tok.

La empresa china ByteDance en 2016. Primero la lanzó en China, con el nombre Douyin que significa “sacudir la música” y, al año siguiente, al resto del mundo con el nombre TikTok. A finales del 2017, ByteDance compró la aplicación Musical.ly. También permitía grabar vídeos cortos y ponerles música y era muy popular en los Estados Unidos. Al fusionarse en 2018, los usuarios de Musical.ly pasaron a ser de TikTok. (Rios, 2020)

TikTok es una red social que permite crear y compartir vídeos cortos: de 3 a 15 segundos o de 30 a 60 segundos, te permite editar los videos, agregar efectos, filtros, fotos, añadir texto y la duración que desees, así mismo tienes una gama de audios en la plataforma se puede utilizar para las nuevas tendencias.

Por otra parte Tik Tok tiene un algoritmo que se maneja por etiquetas o también llamado Hashtags, donde esta red actúa frente a las preferencias de los usuarios para llegar a más personas que les interese el contenido, (Díaz, 2020) asegura que “su algoritmo no funciona igual que el de otras plataformas. En Instagram nunca vamos a alcanzar el 100% del contenido. Es mucho más sencillo volverse viral en TikTok que en Instagram precisamente por ese alcance orgánico”.

También tiene como herramienta las estadísticas del creador de contenido es decir del perfil de la persona en Tik tok, estas estadísticas te dan a conocer la cantidad de seguidores que tienes, de que país te siguen, identifica la hora exacta para que subas videos porque te muestra la hora en la que la mayor parte de tus seguidores están en línea, asimismo da a conocer los videos que tuvieron mayor alcance con fecha, hora y día.

Tipo de contenido en Tik Tok

Tik tok ofrece una variedad de videos con distintas temáticas, es importante conocer que esta red social maneja su propia jerga en caso de los hashtag (etiquetas) se caracterizan por: Pov, dance, comedia, lipsync, fyp, viral, new trend, followme, entre otras para llegar a

más audiencia. (Tobeña, 2020) Refiere que existe una cantidad de tópicos en los que el contenido de TikTok encuadra: Tutoriales, retos y/o desafíos, encuestas, incluso traen las pantallas de ciertos videojuegos como: Free Fire, Fortnite, Rublos, o personajes que atraen cantidad de masas.

En TikTok la convergencia en el plano mediático es patente: sus videos no sólo se nutren de motivos, contenidos y personajes que se originan en otros medios como YouTube, Netflix, Instagram, etc., al tiempo que también proyecta sus propios contenidos hacia otras pantallas al hacerse viral. Sino que también incluye un botón para que los usuarios sumen en la información de su perfil el link a sus redes, como Instagram y YouTube, dando cuenta así de las confluencias mediáticas. (Tobeña, 2020, pág. 9)

Además los videos o filmaciones que realizan los tiktokers sobre su vida cotidiana o experiencias que han tenido en su vida son llamados “history time” donde el objetivo es envolver a los usuarios y dejar con la curiosidad para que estos se desvíen a sus perfiles y así puedan estar al pendiente de un nuevo video, en este caso de las próximas partes de “history time”.

Tik Tok durante el Covid-19

En opinión de (Chapple, 2020) si bien la aplicación ya era popular, el último aumento de TikTok se habría producido “en medio de la pandemia global de COVID-19 debido a que los usuarios han utilizado sus dispositivos móviles más que nunca en busca “de nuevas formas de comprar, trabajar y conectarse con otros”. Durante el aislamiento de la emergencia sanitaria por el virus Tik Tok se convirtió en un escape ya que las personas se sentían opresivas y encontraron una salida mediante esta plataforma debido que se puede disfrutar de diferente contenido entre ellos humor.

El confinamiento incidió en la conectividad. La actualización del informe “Ecuador, usuarios digitales 2020” reveló que Ecuador tiene al menos 13.8 millones de usuarios de Internet. Facebook es la red social de mayor demanda con 13.1 millones de usuarios, le sigue Instagram con 4.7 millones, LinkedIn con 2.7 millones y muy de cerca TikTok con 2.6 millones de ecuatorianos suscritos. (El Telégrafo, 2020)

Po otra parte la Organización Mundial de la Salud está utilizando su cuenta de TikTok verificada para compartir videos que establecen actualizaciones determinantes sobre la pandemia de COVID-19 (Harrinson, 2020). Los usuarios pueden acceder a esta pestaña “Buscar” y directamente aparece todo aquello relacionado al coronavirus, así mismo Tik Tok añade un enlace de videos sobre información de este virus.

¿Qué es tiktokker?

Los Tiktokers son creadores de contenido en la plataforma de Tik Tok, se identifica por ser una persona reconocida con un elevado número de seguidores que tienen en dicha red social. (Rivera-Rogel & Córdova- Tapia, 2020) Afirman:

El término influencer fue adaptado a la plataforma en la cual se desenvolvían los nuevos líderes de opinión, evolucionando en bloggers, youtubers, instagrammers y tiktokers. Pese a que actualmente existe un mayor reconocimiento al trabajo de quienes se dedican a crear contenido en redes sociales digitales, aún estos términos, o su concepción en sí, no están ampliamente reconocidos. Muestra de aquello es que las palabras tiktokker o instagrammer —o su equivalente en español— no aparecen en el Diccionario de la lengua española y solamente este último término aparece dentro del diccionario de Cambdrige (p.02).

Un Tiktokker es un influencer ya que es aquella persona que crea nuevas tendencias, carece de buena personalidad y creatividad, es capaz de orientar a las personas por medio de redes sociales (Veschi, 2018). Aquella influencia es transmitida por la forma de vestir, accesorios que utilice, actividades como ejemplo ayuda social; todos los actos que trasmite por medio de la pantalla es relevante para sus seguidores.

Tiktokers en Ecuador

“La cultura de la generación Z es una cultura totalmente digitalizada, - son creadores de contenido-, y son además una generación más consciente y globalizada acerca de las distintas problemáticas que ocurren en todo el mundo” (Terrádez Álvarez, 2020, pág. 44)

Para algunos jóvenes alrededor del mundo Tik tok se ha convertido en una forma de vida, un ingreso a la popularidad y factor económico debido que utilizan esta plataforma para generar ingresos por medio del contenido que transmiten, de tal manera que muchos han dejado sus estudios o sus proyectos personales para dedicarse a esta red, cabe destacar que en Ecuador TikTok recibe remuneración a excepción de los LIVE (en vivo) donde los usuarios pueden interactuar por medio de la bandeja de comentarios y depende de ellos si quieren donarte dinero o también llamados “regalos”, sin embargo, los chicos para generar ingresos económicos con mayor facilidad optan por hacer publicidad a diferentes marcas a cambio de canjes o remuneración, para dar a conocer el producto.

En Ecuador también hay Tiktokers que se esfuerzan para generar contenido entretenido y de calidad, el cual ha permitido que millones de personas los conozcan por medio de esta plataforma. A continuación los cinco Tiktokers Ecuatorianos con mayor número de seguidores:

1. @kevlxd

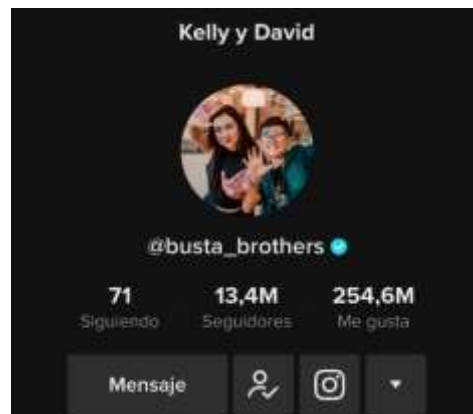
Kevin Nicolay Pazmiño tiene 21 años y cuenta con 13,3 millones de seguidores y 719,2 millones de me gusta en la plataforma de Tik tok, este personaje quiteño conocido como “Kevlexd” en el mundo de las redes sociales inició en YouTube brindando contenido de retos, bromas con sus amigos y reacciones, luego empezó a crear contenido en Tik Tok realizando lypsinc (sincronía de labios), actuando y bailando.



Su popularidad y creatividad en esta red es tal, que fue nominado en los MTV Miaw o Millennial Awards 2019, unos premios creados por MTV Latinoamérica que reconoce lo mejor de la generación Millennial; en música, en películas y en el mundo digital. (ECUADOR EN DIRECTO, 2019)

2. @busta_brothers

Kely Bustamante y David Bustamante, estos hermanos tienen gran popularidad en el país gracias a su inocente contenido de comedia y humor, Kely es la mayor y es quien maneja las cuentas de “bustabrothers”, estos hermanos empezaron desde musical.ly (Tik Tok) y en la actualidad cuentan con 13,4 millones de seguidores y 254,6 millones de me gusta.



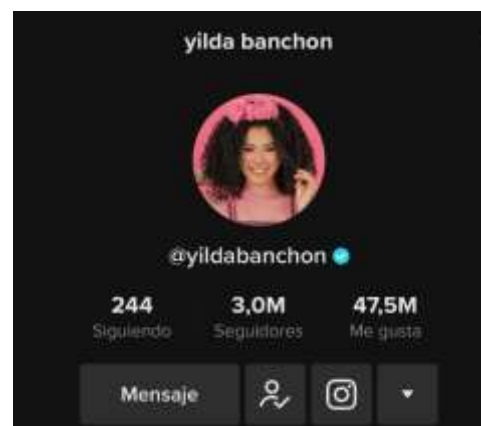
3. @anthonnysawgg3

Anthony Steven Lencina Gutiérrez tiene 29 años, en la actualidad posee 6,4 millones de seguidores con 63,2 millones de me gusta en Tik Tok, este influencers es conocido en el cibermedio como “Anthony Sawg” este chico empezó en la plataforma de YouTube brindando contenido de actuación y humor. Anthony se ganó un espacio en la plataforma de Tik Tok debido a que su contenido es variado como e bailes, comedia y actuación con su ex pareja Mayra.



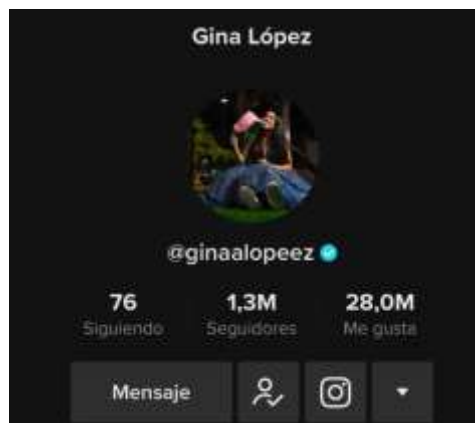
4. @yildabanchon

Yilda Inés Banchón Rivera esta joven cuenta con una edad de 20 años, es actriz y cantante guayaquileña, Yilda trabaja en la televisión nacional es popular en las redes sociales como en Tik Tok donde mantiene 3,0 millones de seguidores y 47,5 millones de me gusta, esta tiktoker comparte contenido de maquillajes, promociona su música, bailes y sketches.



5. @ginaalopez

Gina Fernanda López Alcívar tiene 21 años y actualmente cuenta con 1,3 millones de seguidores y 28,0 millones de me gusta en Tik Tok, la influencer es conocida como Gina López “Pata salada” debido a su contenido, ella maneja formatos de vlogs, esta joven brinda videos referente a sus anécdotas de vida y con humor costeño, en la actualidad es una de la influencers con mayor popularidad en el país.



2.4. TÉCNICAS APLICADAS

Método Analítico

Se realizó un análisis del caso estudiado, por el cual fue necesario investigar en diversas fuentes, donde se obtuvo información útil para la realización del tema planteado, permitiendo adquirir conocimientos a profundidad del contenido que realizan los tiktokers de Ecuador en el último trimestre de 2020.

Entre las técnicas de investigación para el proceso de recolección de datos, se efectuó el uso de herramientas digitales para la adquisición de información, por motivos de la emergencia sanitaria por el Covid-19 ya que no se puede acceder de manera personal a estos tiktokers por seguridad integral, por ende, se utilizó el siguiente instrumento de investigación para identificar el contenido que realizan los tiktokers de Ecuador en el último trimestre 2020.

Ficha de observación

La ficha de observación es un instrumento de recolección de datos sobre un tema específico mediante la observación, permitiendo un análisis claro, con este elemento se puede obtener información mediante sitios web, libros, revistas, sitios académicos, entre otros.

En este caso de estudio el objetivo es conocer por medio de la observación de forma cuantitativa el contenido que realizan los tiktokers de Ecuador, sin embargo, se identificaran también otros elementos como: Nombres de usuario de los tiktokers, edad de influencers, a cuantas personas ellos siguen, número total de seguidores, cifra general de likes, tipo de seguidores (sexo), tipo de contenido que brindan, video con mayor número de reproducción descripción del video y cuantos me gusta tuvo ese video.

2.5. RESULTADOS OBTENIDOS

En la primera ficha de observación se identificó a los tiktokers más populares de Ecuador, se detalló de manera cuantitativa teniendo como resultado que son jóvenes con edades entre 19 y 30 años que crean contenido en tik tok, por otra parte estos cinco influencers no siguen a más de 244 personas, sin embargo la cantidad de seguidores que tienen van entre 1 millón hasta los 13 millones de seguidores y los me gustas de los videos que realizan están entre 28 millones hasta los 719 millones de interacciones del último trimestre.

La segunda tabla representa el tipo de seguidores que estos tiktokers tienen, es decir, género que predomina en sus redes de Tik tok. Dentro del análisis de observación realizado se llegó a la conclusión de que la mayor cantidad de seguidores corresponden al género femenino escalando desde el 60% hasta el 90%, mientras, el sexo masculino va a partir del 10% hasta un máximo de 50%.

El contenido del material audiovisual, tenemos en primer lugar los Challenges de los cuales cuatro tiktokers realizan este tipo de contenido, en segundo punto se encuentra la comedia y actuación el cual lo ejecutan tres influencers, en tercer puesto tenemos los lipsync que es realizado por dos tiktokers de la misma forma bailes, música y sketches, por otra parte ocupa el cuarto lugar vlogs un personaje realiza este contenido así mismo en el contenido tips de maquillaje y moda; se identificó que los cinco tiktokers ecuatorianos realizan de publicidad de diferentes índoles.

Para finalizar, en la tabla referente a los videos con mayor reproducción del último trimestre de 2020, se identificó que el contenido que realizaron fueron lipsync, comedia,

actuación y vlogs, de tal forma que hicieron colaboraciones con otros influencers, ex parejas, amigos, familiares y mascotas. Por otra parte se realizó el análisis de las fechas, cabe destacar que el mayor número de visualizaciones fue en el mes de diciembre de 2020 con un elevado número de visitas e interacciones.

III. CONCLUSIONES

Concluido el presente estudio de caso se analizó el contenido que realizan los tiktokers de Ecuador, ya que como generación Z se dedican a la creación de videos en esta plataforma con el objetivo de divertirse, convirtiéndose en un pasatiempo para los jóvenes donde ponen en práctica la creatividad, sin embargo, la generación de estos audiovisuales en Tik Tok puede convertirse en fuente de ingresos para quienes lo deseen.

A pesar del contenido que realizan los influencers se llegó a debatir que “ser un tiktoker no es fácil”, porque dependen de cómo se ganen al público, muchas personas que están en la plataforma proponen challenges, bailes, lipsync, vlogs, sketches, entre otros, que requieren de una preproducción detrás, un claro ejemplo es la tiktoker mencionada en el desarrollo de este estudio Gina López donde ella crea sus vlogs pero tiene que crear un formato para contarlos y que llame la atención.

Mediante el análisis aplicado se observó que los influencers del país generan diferente tipo de contenido. Sin embargo, los más repetitivos son comedia, bailes y lipsync. No obstante, se observó que ellos también crean publicidades a marcas de diferentes empresas o promocionan su propio emprendimiento, esto se realiza de manera directa e indirecta en sus videos. Por ejemplo, usando prendas de alguna marca y al final del video dan los detalles donde la compró, el nombre, entre otros; de manera indirecta es cuando tienes algún producto que se esté auspiciando, se realiza el video y simplemente lo ubica en un punto estratégico de la cámara para que puedan observar, por ende se visualiza el video y solo colocan los hashtag (#) con el nombre del producto.

Por último, la generación de contenidos en Tik Tok ha revolucionado el mundo de las redes sociales, en comparación de Facebook e Instagram esta aplicación se destaca por brindar contenido creativo y divertido con múltiples herramientas, esta plataforma es amplia ya que tiene mayor alcance a nivel mundial y hace que las personas quieran compartir esa experiencia.

IV. RECOMENDACIONES

Considerando la importancia de este estudio de caso y en función de los resultados obtenidos se crean algunas sugerencias para conocer como esta plataforma se maneja en el país. Por ende, se muestran las siguientes recomendaciones:

- Construir un sitio web oficial de ranking de Tiktokers de Ecuador, para tener un mejor conocimiento de quienes nos representan como influencers, conocer sus inicios en la plataforma, ver su crecimiento de seguidores y de qué manera ha evolucionado su contenido; esto genera un grado de competitividad porque todos desearán estar en la lista principal y se esforzaran por ello.
- Determinar la importancia de los tiktokers de Ecuador en otro país, debido que gracias a esta plataforma se hacen conocer en diferentes partes del mundo, de tal manera que son considerados para eventos de premiaciones importantes fuera del país como los MTV Miaw o Millennial Awards donde hacen llamados a famosos de diferentes ídoles.
- Identificar por qué Tik Tok no monetiza dentro del país, esta información seria relevante ya que solo reciben donaciones por medio de los usuarios cuando se conectan en las transmisiones en vivo también llamados “Live” en la plataforma. Sin embargo, Tik Tok no genera ingresos como creador de contenido en este país, a diferencia de Estados Unidos donde sus creadores si lo reciben.

V. BIBLIOGRAFÍA

- Chapple, C. (29 de abril de 2020). *TikTok Crosses 2 Billion Downloads After Best Quarter For Any App Ever*. Obtenido de SensorTower: <https://sensortower.com/blog/tiktok-downloads-2-billion>
- Díaz, L. (25 de Abril de 2020). *TikTok amenaza el reinado de Instagram como plataforma de entretenimiento*. (E. (I. Cáceres, Editor) Obtenido de Dirconfidencial: <https://dircomfidencial.com/marketing/tiktok-amenaza-el-reinado-de-instagram-como-plataforma-de-entretenimiento-20200425-0300/>
- Ecuador en Directo. (27 de junio de 2019). *TikTok, la red de los menores de 22 años*. Obtenido de Ecuador en directo: <https://ecuadorendirecto.com/2019/06/27/tiktok-la-red-de-los-menores-de-22-anos/>
- El Telégrafo. (14 de agosto de 2020). *Tiktok creció durante la pandemia*. *El Telégrafo*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/cultura/1/tiktok-crecio-durante-la-pandemia>
- Galeano, S. (19 de agosto de 2019). *Qué es y cómo funciona TikTok (antes Musically): claves para entender la red social que usan tus hijos*. Obtenido de Marketing 4 Ecommerce: <https://marketing4ecommerce.net/como-funciona-tiktok-musically-red-social/>
- Gómez, D. (8 de 11 de 2012). *Social Media no traduce Redes Sociales*. Obtenido de Bien Pensado: <https://bienpensado.com/que-es-social-media-y-su-diferencia-con-las-redes-sociales/>
- Harrinson, A. (2020). *La OMS se asocia con TikTok para restringir la transmisión de información errónea de COVID-19 2020*. Obtenido de Digital Marketing Community: <https://www.digitalmarketingcommunity.com/news/tiktok-covid-19/>
- Rios, L. (28 de 09 de 2020). *¿Qué es Tik Tok?* Obtenido de La vanguardia: <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20200928/483653114820/que-es-tik-tok.html>
- Rivera, R. D., & Córdova, T. R. (27 de 11 de 2020). *Instagrammers más influyentes de la Comunidad*. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação(E40)*. Obtenido de <https://search.proquest.com/openview/d77a7413e882b7943eea583742099861/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>

Terrádez Álvarez, N. (julio de 2020). Tik tok: Una exploración sobre la difusión de los.
Univerdad de Valladolid Repositorio Documental. Obtenido de
<http://uvadoc.uva.es/handle/10324/42968>

Tobeña, V. (30 de 09 de 2020). Pensar el futuro de la escuela desde comunidades de
prácticas. Claves desde TikTok. *Revista Internacional de Éticas Aplicadas*(33).
Obtenido de
<https://www.dilemata.net/revista/index.php/dilemata/article/view/412000363>

Veschi, B. (2018). *Etimología de influencer*. Obtenido de Etimologia origen de la palabra :
<https://etimologia.com/influencer/>

VI. ANEXOS

Tabla 1. Datos obtenidos de la plataforma de Tik Tok

FICHA DE OBSERVACIÓN					
Tiktokers Ecuador					
Nombre	Kevin Nicolay Pazmiño	Kely Jhojana Bustamante Sinche y Edgar David Bustamante Sinche	Anthony Steven Lencina Gutiérrez	Yilda Inés Banchón Rivera	Gina Fernanda López Alcívar
Nombre de usuario	@kevlxd	@busta_brothers	@anthonnysawgg3	@yildabanchon	@ginaalopez
Edad	21	19-13	29	20	21
Siguiendo	160	72	218	244	76
Seguidores	13,3 M	13,4 M	6,4 M	3,0 M	1,3 M
Me gusta	719,2 M	254,6 M	63,2 M	47,5 M	28,0 M

Tabla 2. Tipo de seguidores (Sexo)

	TIPO DE SEGUIDORES				
	@kevlexd	@busta_brothers	@anthonnysawgg3	@yildabanchon	@ginaalopez
Masculino	10%	50%	40%	20%	30%
Femenino	90%	50%	60%	80%	70 %

Tabla 3. Contenido de los tiktokers de Ecuador

	CONTENIDO				
	@kevlxd	@busta_brothers	@anthonnysawgg3	@yildabanchon	@ginaalopez
Lipsync	X			X	
Baile	X			X	
Actuación		X	X	X	
Comedia		X	X		X
Vlogs					X
Coreografías			X		
Challengues	X		X	X	X
Tips de maquillaje y moda				X	
Música		X		X	
Sketches			X	X	
Publicidad	X	X	X	X	X

Tabla 4. Video viral del último semestre de 2020

	VIDEO VIRAL DEL ULTIMO TRIMESTRE 2020				
	@kevlxd	@busta_brothers	@anthonnysawgg3	@yildabanchon	@ginaalopez
Descripción	Dúo con su ex pareja Domelipa.	Video junto a sus familiares.	Video junto a su ex pareja Mayra.	Video junto a Jonathan Estrada.	Video junto a su perrito Simba.
Contenido	Lipsync	Comedia	Actuación	Actuación	Vlog
Fecha	2020-12-26	2020-12-20	2020-10-12	2020-11-02	2020-12-28
Vistas/Reproducción	32,7 M	15,5 M	17,8 M	2,5 M	8,7 M
Me gusta	3,6 M	1,7 M	1,8 M	221,5 K	2,1 M
Comentarios	346,3 K	6.451	7.962	403	8.073
Compartidos	104,4 K	14,3 K	39,4 K	987	12,0 K