

# **TIKTOKEANDO POR LA EDUCACIÓN: EL USO DE TIK TOK COMO HERRAMIENTA EDUCATIVA EFECTIVA EN EL AULA DE IDIOMAS**

Sergio Miguel Alguacil Sánchez

Maestro de la especialidad de Inglés, C.E.I.P. Miguel de Cervantes (Leganés)



## **Abstract**

*In education, technology evolves at varying speeds, serving as an additional factor in shaping the classroom environment. TikTok has emerged as one of the top social media choice for Gen Z (colloquially known as “zoomers”) and has also intrigued educators with its teaching potential. The millions of views garnered by different hashtags, such as: #EduTok, #LearnOnTikTok, #AprendeconTikTok, or #AprendeentikTok, among others, reflect the success that education is experiencing on this platform.*

*However, doubts still persist about its reliability, as TikTok has the potential to become a learning tool with social and cultural projection, but it remains an entertainment-focused platform where content without epistemological value can emerge.*

### **Resumen**

TikTok es una de las redes sociales preferidas por los jóvenes de la generación Z (o *zoomers*) y ha cautivado a los educadores por su potencial como herramienta educativa. Los millones de visualizaciones que tienen algunos *hashtags* como: #EduTok, #LearnOnTikTok, #AprendeconTikTok o #AprendeentikTok, entre otros, son muestra del éxito que la educación está teniendo en este medio social.

No obstante, se duda todavía de su fiabilidad, ya que TikTok tiene potencial para convertirse en una herramienta de aprendizaje con proyección social y cultural, pero, no deja de ser una plataforma enfocada al entretenimiento, en la cual emergen contenidos sin valor epistemológico.

### **Keywords**

*TikTok; social networks; educational innovation; zoomers; edutokers.*

### **Palabras clave**

TikTok; redes sociales; educación; juventud; *edutokers*.

## 1. Introducción

Cuando nació TikTok, en 2017, estaba pensado para que los jóvenes o *zoomers* de la generación Z pudieran hacer coreografías o “*lip-sync*” de sus temas favoritos. Sin embargo, el éxito de esta plataforma ha sido tan contundente que, en 2024, ha alcanzado una cifra de 1,6 millones de usuarios activos al mes (MAUs) en todo el mundo (Silverio, 2024).

Como consecuencia de su rotundo éxito, en 2019, el proyecto #EduTok fue lanzado en la India por la compañía TikTok, en colaboración con organizaciones sociales como Josh Talks y The Nudge Foundation, con la idea de democratizar el aprendizaje en la comunidad digital del país (Jia & Liang, 2021) y realizar, además, tutorías dirigidas a usuarios de internet y creadores de contenido (Rach & Lounis, 2021).

En España, esta misma iniciativa fue puesta en práctica. En este caso, #EduTok tomó fuerza a partir de marzo de 2020, a raíz del confinamiento vivido por la pandemia del coronavirus. TikTok llevó a cabo una campaña *livestream* con los mejores creadores y artistas de la plataforma, con la idea de compartir un tutorial diario con contenido educativo formal e informal. El *hashtag* #EduTok alcanzó en diciembre de 2021 un total de 139,4 billones de visualizaciones, y cuando TikTok analizó los resultados, impulsó otros proyectos como, por ejemplo: #LearnOnTikTok, #AprendeconTikTok, #AprendeentikTok, etc., los cuales ya forman parte de la estrategia de esta plataforma para motivar a las personas a enseñar a otros todo tipo de actividades, desde dibujo hasta idiomas (Barrezueta-Cabrera *et al.*, 2022), destinando incluso un presupuesto de varios millones de euros para motivar a los creadores digitales a seguir aportando contenido de valor didáctico a la plataforma, y de esta manera convertirse en un referente de la educación en las redes sociales.

Así, la tecnología no se detiene y gracias a este tipo de *mass media*, la educación, el conocimiento y la información pueden llegar a lugares donde terminarían teniendo un gran impacto, sin dejar de lado la responsabilidad social que tienen los docentes cuando comparten sus

contenidos, porque si se tiene en cuenta que lo que se publica genera un beneficio, las redes sociales funcionan como un vocero importante para la comunidad (Cea, 2022).

Los educadores, expertos y divulgadores están buscando continuamente nuevas formas de compartir sus conocimientos y hacerlos llegar, de una manera innovadora, a un público más amplio y cada vez más joven. En este sentido, TikTok juega un papel esencial: puede ser una herramienta clave para implementar innovaciones educativas que consigan aumentar la motivación de los discentes y les ayude a aprender de una manera diferente.

## **2. Revisión Bibliográfica**

Se ha realizado una revisión sistemática para delimitar el uso educativo de TikTok en el aula de idiomas, y se pretende sintetizar la investigación disponible sobre el uso de esta red social, enfocándonos en sus características, aplicaciones didácticas, beneficios y desafíos, y orientaciones para su implementación eficiente dentro del aula. O sea que, nuestro estudio pretende responder a las siguientes preguntas: ¿qué ofrece TikTok como plataforma educativa?, ¿en qué contextos educativos y cómo se utiliza actualmente?, ¿en qué líneas prácticas se debe avanzar? y ¿qué beneficios se derivan de su uso didáctico?

La investigación es de tipo documental bibliográfico, y se han usado equipos informáticos con conexión a internet para localizar documentos digitalizados que sirvan como base para el desarrollo del estudio.

De hecho, se llevó a cabo una búsqueda y revisión sistemática de la literatura científico-académica que aparecía en diferentes bases de datos, entre las que destacan: Dialnet, WOS, Scopus, Elsevier y Researchgate.

Se usaron para esta búsqueda los siguientes descriptores: “*TikTok AND educación OR education OR enseñanza*”, “*TikTok AND herramienta efectiva*”. Se encontraron múltiples registros bibliográficos, los cuales fueron filtrados bajo los criterios de relevancia, idioma (español o inglés),

correlación temática y fecha de publicación (2020-2024), siguiendo en todo momento la declaración Prisma 2020 (Page *et al.*, 2021). El resultado de esta selección fue la recopilación de los documentos a utilizar y a los que se hace referencia como fundamento de este trabajo de investigación.

### **3. Objetivos**

#### **3.1. Objetivo general**

- Identificar, clasificar y analizar los contenidos generados por los *edutokers* de TikTok sobre los *hashtags* seleccionados.

#### **3.2. Objetivos específicos**

1. Describir la imagen de los creadores de contenidos de TikTok en un plano educativo.
2. Valorar los puntos positivos que pueda tener asociados este formato para la enseñanza de lenguas extranjeras.
3. Sentar unas bases que sirvan para profundizar en el uso de TikTok en el aula de idiomas en futuros trabajos y que también se puedan utilizar como guía sobre la que seleccionar los materiales adecuados y permitan elaborar secuencias didácticas.

### **4.- Contextualización**

#### **4.1. Características del entorno**

El ecosistema donde deseáramos utilizar la plataforma TikTok, como una herramienta para maximizar el potencial educativo, es un colegio público, de la D.A.T. Sur, situado en Leganés (en las

afueras del barrio de San Nicasio). La población de la zona se ha triplicado en menos de diez años y se han multiplicado las urbanizaciones que rodean el casco histórico.

Las actividades primarias como la horticultura (abastecedora de la capital) y la ganadería han perdido importancia, pero, ha aumentado el número de industrias como la farmacéutica o de automoción y servicios, como transportes, comercios, etc., debido a la mejora en las comunicaciones y a la escasez y carestía del suelo industrial en la capital.

Aparte, cerca del centro existen distintas instalaciones culturales donde se desarrollan diferentes actividades: hay un teatro al aire libre (Egaleo) y seis centros culturales, un auditorio (perteneciente a la Universidad Carlos III de Madrid), el museo de Las Dehesillas y La Cubierta (donde se suelen celebrar conciertos de grupos musicales).

#### **4.2. Descripción del centro**

El C.E.I.P. Miguel de Cervantes, se encuentra en la calle Aragón, nº 19, de Leganés, y cuenta con más de 27 aulas equipadas con portátiles y pizarras digitales, así como con cinco zonas estratégicamente diferenciadas: (i) edificio de dirección (donde se realizan los trámites administrativos relativos al A.M.P.A. y donde se encuentra la enfermería); (ii) edificios de Infantil (pabellón de 3 años y sala de psicomotricidad; edificio de 4-5 años, con biblioteca de Infantil, sala de ordenadores, aula de Música y aula de apoyo); (iii) edificios de Primaria (biblioteca, aula de Informática, aula de Robótica, aula de apoyo, aula de Audición y Lenguaje, aula de Pedagogía Terapéutica, aula Delfines (o aula T.E.A.), aula de Música, gimnasio, teatro, sala de usos múltiples y comedor); (iv) patios exteriores y complementarios (de Infantil y Primaria); y (v) huerto.

Por otro lado, dentro de las señas de identidad de este colegio podemos destacar lo siguiente: (i) El centro es innovador (promueve la investigación, la experimentación y la innovación educativa en todas las etapas de Educación Primaria, a través de: #cervanbot, el Plan tele, los materiales de centro: tablets-mates, robótica-plástica, etc.); (ii) es inclusivo (tiene aula T.E.A. y busca

*TIKTOKEANDO POR LA EDUCACIÓN: EL USO DE TIK TOK COMO HERRAMIENTA EDUCATIVA  
EFECTIVA EN EL AULA DE IDIOMAS*

garantizar la equidad, la inclusión educativa y la igualdad de derechos y oportunidades, por lo que destacan sus programas de habilidades sociales, dytective, etc.); (iii) es dinámico (se intercalan actividades que persiguen tanto la adquisición de hábitos intelectuales y técnicas de trabajo, de conocimientos científicos, técnicos, humanísticos, históricos y artísticos, como el desarrollo de hábitos saludables, el ejercicio físico y el deporte: por ejemplo el Programa piscina, participación en carreras, etc.); (iv) es emocional (la educación para la convivencia, el respeto, la prevención de conflictos y la resolución pacífica de los mismos, así como la no violencia en todos los ámbitos de la vida personal, familiar y social, es una de sus piedras angulares); (v) es divertido (se pueden realizar actividades complementarias, extraescolares, fiestas (Carnaval, día de la familia, etc.) y actividades deportivas o de cualquier otra índole adaptadas a los estudiantes, creando un clima motivador hacia el aprendizaje); (vi) es ecológico (cuenta con Ecoescuela, grandes instalaciones, espacios verdes, etc.); y (vii) se caracteriza por su espíritu de mejora (se tiene en consideración la función docente como factor esencial de la calidad de la educación, el reconocimiento social del profesorado y el apoyo a su tarea y la formación permanente como motor de cambio).

### **4.3. Características del alumnado**

En el curso académico 2023-2024, hay matriculados en el centro un total de 645 alumnos y alumnas, de los cuales 197 pertenecen al segundo ciclo de Educación Infantil (E.I.) y 448 son de Primaria (E.P.).

La diversidad de características y las actividades de enseñanza y aprendizaje, hace que se lleven a cabo diferentes tipos de agrupamientos con el fin de potenciar y enriquecer el proceso educativo. Cabe decir que en E.I. hay 5 estudiantes extranjeros y 33 en E.P. (los países de procedencia de las familias son: China, Colombia, Honduras, India, Marruecos, Nigeria, Perú, Portugal, Rumanía, Ucrania y Venezuela).

Aparte, un 55,5% (358) son niños y un 44,5% (287) son niñas, y entre ellos/as, en E.I., encontramos 1 estudiante con TEA y 10 ACNEES, y 4 alumnos/as con TEA junto con 27 ACNEES.

## **5. Metodología**

Una vez llevada a cabo la revisión sistemática, realizamos un estudio exploratorio cuali-cuantitativo de *tiktokers* educativos (o "*edutokers*") que se han hecho virales gracias a la creación de contenidos didácticos relacionados con la enseñanza de idiomas. También se lleva a cabo un análisis interpretativo (Andréu, 2000) sobre cómo se presentan los cortos con más éxito (tabla 1).

**TIKTOKEANDO POR LA EDUCACIÓN: EL USO DE TIK TOK COMO HERRAMIENTA EDUCATIVA EFECTIVA EN EL AULA DE IDIOMAS**

Tabla 1

*Análisis de vídeos subidos a TikTok.*

<b>Variable</b>	<b>Categoría</b>	<b>Descripción</b>
<i>Perfil de la cuenta (V1)</i>	Tipo de cuenta	Institucional o personal.
	Edad del <i>tiktoker</i>	De 18 a 30; de 30 a 50; de 50 en adelante
	Género	Hombre o mujer.
	Identificación educativa	La cuenta se autoidentifica como educativa o no.
	Categoría educativa	Formal o informal.
<i>Contenido del video (V2)</i>	Rigor científico	Se presenta el sustento científico de las ideas desarrolladas.
	Emoción a la que se apela	Principal emoción a la que apela: alegría; tristeza; empatía; adrenalina; humor; enfado; placer; reflexión; debate; motivación o neutro.
	Personajes	Protagonista o quien se muestra más en el video (amigo/a/s; invitado/a/s; otro/a/s profesional/es; seguidor/a/es/as o mascota/s).
	Llamado a la participación	Se hace una invitación a interactuar, difundir, participar fuera de la plataforma o solo observar.
<i>Forma del video (V3)</i>	Tipo de producción audiovisual	Se trata de una animación, dramatización (actuación), contexto real, extracto de programa de televisión, documental, serie, película o reportaje.
	Tutorial	El video sigue la estructura de un tutorial o no.
	Música	El video utiliza el recurso de la música o no.
	Idioma	Lengua utilizada en el video.
	Subtítulos	Presencia o falta de subtítulos, y si se recurre al lenguaje de señas.
	Uso de otros recursos	Uso de filtros; palabras o frases clave; dúos; <i>stickers</i> ; emojis; gifs; realidad aumentada; transiciones u otros.
	Tono	Manera en la que se formula el discurso: informativo, amigable, serio, persuasivo, humorístico, realista, de denuncia o neutro.
Claridad	Expresa ideas concretas y precisas, evitando la redundancia.	
<i>Adecuación a la plataforma (V4)</i>	Brevidad pertinente	El contenido se desarrolla pertinentemente en los segundos que dura en video o no.
	Formato pertinente	El contenido se desarrolla pertinentemente en el formato de video que se usa o no.
	Recursos pertinentes	De ser el caso, los recursos utilizados aportan al contenido o no.

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de Tejedor-Calvo *et al.* (2022).

TIKTOKEANDO POR LA EDUCACIÓN: EL USO DE TIK TOK COMO HERRAMIENTA EDUCATIVA EFECTIVA EN EL AULA DE IDIOMAS

Asimismo, se analiza el contenido de una serie de canales en TikTok y las publicaciones más relevantes en cuanto a *likes*. Partimos de una revisión de perfiles recomendados y de la observación de la metodología utilizada por algunos *edutokers* virales, en sus sitios web, ya que aún no existe un *ranking* establecido de “tiktokeros” educativos (Barrezueta-Cabrera *et al.*, 2022).

Una vez visitados los perfiles de esos *tiktokers*, utilizamos la herramienta “Social Blade”, junto con “Excel”, para obtener información de esos *influencers*. Los criterios de selección: (i) número de seguidores y (ii) número de *likes*, nos ayudan a calcular el coeficiente de correlación de *Pearson*, obteniéndose una correlación positiva muy alta (o de uno), y de esa manera fundamentamos la elección de los perfiles en relación con el agrado de sus fans o “prosumidores” (Toffler, 1980), que como interacción con el *edutoker* lo siguen y le dan *like*, gracias a los cortos que son de su preferencia. Una vez realizado el análisis se obtienen 16 ejemplos relevantes (tabla 2).

Tabla 2

*Creadores de contenido educativo involucrados en la enseñanza de lenguas extranjeras.*

<i>Hastags</i>	<i>Eduokers</i>	<i>Videos</i>	<i>Followers</i>	<i>Likes</i>
#aprendeingles	@mikethechameleon	2.032	10,9M	116,2M
#ingles	@sabrinalatina	1.318	2,4M	83,4M
#funny	@loicsuberville	256	2,6M	61,9M
#aprendoinglescantando	@aprendoinglescantando	997	7,5M	45,1M
#edutok	@letspeakenglish	1.489	3,3M	41,1M
#inglesfacil	@andreseningles	701	2,6M	26,3M
#inglesonline	@luanazank	522	932,2K	22,6M
#aprenderingles	@mariaspeaksenglish	730	1M	18,8M
#TEDTalk	@TEDtoks	947	2,4M	15,8M
#learnontitok	@how_to_british	698	779,4K	8,4M
#aprendecontitok	@speakenglishnow	1.063	354,5K	6,4M
#languagelearning	@babel	658	240,6K	3,8M
#inglésfacil	@alexbarstv	56	153,1K	1,2M
#vamosquetúpuedes	@impulse_english	228	167,2K	1,1M
#inglesentitok	@lateacher.ingles	481	532,9K	706,1K
#20secondenglishclass	@grupo_vaughan	61	4K	6,6K

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de Barrezueta-Cabrera *et al.* (2022).

## 6. Resultados y discusión

A continuación, mostramos los resultados y discusión del análisis aplicado a los dieciséis perfiles seleccionados para realizar este estudio. Se encontró que un 56% de cuentas son personales y el 44% son corporativas. No obstante, las cuentas corporativas (a excepción de @TEDtoks, @grupo\_Vaughan y @aprendeinglescantando) pretenden dar la apariencia de que detrás de esos perfiles (@mikethechameleon, @letspeakenglish, @speakenglishnow, @babbel, @impulse\_english) hay una cuenta mucho más humanizada y personal; y es que, sin duda, los *edutokers* pretenden reforzar el tipo de perfil que suele hacer uso de TikTok.

Asimismo, la mayoría de *edutokers* son profesionales entre 20 y 30 años (50%), seguido muy de cerca por usuarios entre 31 y 50 años, que no superan la franja etaria de los 40 (31%). Este resultado conecta con la necesidad de comunicarse de los más jóvenes (o de los *zoomers*) y enfatiza la necesidad de inmediatez a través de un consumo mediático acelerado y permanente (Tejedor-Calvo *et al.*, 2022). Por otro lado, la franja de más de 50 años se sitúa en último lugar (19%), pero destaca por su estilo entrañable y humorístico (los "tiktokeros" educativos más experimentados se dirigen a sus seguidores con aprecio y calidez, como si se trata de una conversación entre amigos). No han sido considerados usuarios entre los 13 (edad mínima requerida para abrir una cuenta en TikTok) y los 18 años (al pensar que no poseen la formación o las destrezas profesionales suficientes en relación con el aprendizaje de segundas lenguas).

A lo anterior se suma una distribución equitativa entre perfiles masculinos (50%) y femeninos (50%). Seis de las cuentas seleccionadas presentan una identificación educativa (como academias o agentes intermediarios en el aprendizaje de una segunda lengua). De momento, no hemos conseguido localizar cuentas de organismos públicos o privados de renombre (Escuelas Oficiales, British Council, etc.), que estén especializadas en este tipo de creación de contenidos (si bien es cierto que, desde la pandemia, se están empezando a subir al carro algunos perfiles como @culturagob del Ministerio de Cultura, con otro tipo de temáticas). Pero, pensamos que los agentes institucionales todavía no están empleando de manera provechosa el poder de difusión de esta

*TIKTOKEANDO POR LA EDUCACIÓN: EL USO DE TIK TOK COMO HERRAMIENTA EDUCATIVA EFECTIVA EN EL AULA DE IDIOMAS*

plataforma, que posee millones de cuentas registradas en todo el mundo (Micaletto-Belda *et al.*, 2024).

Con todo, las cuentas que se autoidentifican como educativas (@letsspeakenglish, @TEDToks, @speakenglishnow, @babbel, @impulse\_english y @grupo\_vaughan) son las mismas que comparten contenido de educación formal y estilo neutro (38%), y tan solo una única cuenta (@aprendoinglescantando) pretende ocultar a su creador como si se tratara de un perfil corporativo, para poder salvaguardar la identidad de la figura pública y mediática que hay detrás de esa cuenta.

Aparte, los resultados relativos al tipo de contenido denotan una tendencia general hacia el tipo de educación no formal (62%). Es decir, los vídeos relativos a aspectos cotidianos son los más numerosos (75%), junto con los de ocio y tiempo libre, finalidad placentera y adrenalina típica de las actividades de aventura o viajes (19%); sin embargo, los relacionados con aspectos científicos no destacan por su dispersión y variedad de enfoques y temas (6%). Solo en uno de los casos de los vídeos en la muestra seleccionada (@TEDtoks) se detecta ligeramente rigor científico o se menciona el sustento científico de las ideas desarrolladas. Este aspecto conecta con Renés-Arellano *et al.* (2020) que inciden en el rol protagonista de la tecnología en la conformación de personalidad, rol ciudadano e interpretación del contexto.

Por otro lado, el estudio de las emociones a las que apelan los vídeos publicados en los perfiles seleccionados también refleja resultados de interés. Los contenidos de carácter motivacional son los más numerosos (100%), pero se entremezclan con vídeos catalogados como alegres y que evidencian felicidad (81%), así como humorísticos y sarcásticos (12%, correspondiente a @mikethechameleon y @louicsubille). Como apunta Micaletto-Belda *et al.* (2024): “la positividad está presente en casi todos los contenidos revisados”.

II JORNADA “LIDERANDO EL CAMBIO DIGITAL”  
REVISTA DIGITAL EDUCAMADRID

En cambio, los vídeos de cariz reflexivo -que promueven el pensamiento crítico- ocupan la última posición (@TEDtoks, con un 7%). Por su parte, los vídeos ideados para fomentar el debate que incentivan el intercambio respetuoso de ideas y argumentos, ocupan una posición nimia. Las publicaciones de los *edutokers* siguen manteniendo un carácter vertical, unidireccional (no hay segundas voces significativas, únicamente interacciones de carácter pragmático) y monológicas o dialógicas no horizontales, sin colaboraciones directas (incluso con otros profesores). Resulta llamativo que el 93% sean vídeos ideados para que los destinatarios observen y no se les exija abandonar su rol de destinatarios pasivos; solo en un 7% del total (grabación de clases tradicionales o tests planteados a los receptores) sí se identifica una voluntad de querer generar interacción; no obstante, en la mayoría de los casos se propone un tipo de acción o participación más allá de la propia plataforma (es el “*vamos que tú puedes*” de @impulse\_english). Sea como fuere, este conjunto de resultados invita, desde una perspectiva educativa, a reflexionar sobre la escasa importancia que se confiere al componente colaborativo o a la figura del receptor como prosumidor.

También, se observa que en muchos perfiles se usa música (38%), pero no lo suficiente como sería de esperar en esta plataforma. Así y todo, el perfil @aprendoinglescantando la usa -más que @letsspeakenglish- como una herramienta de análisis que lo acerca a sus seguidores, y se observa, justamente, que el análisis de la letra de canciones sigue acaparando un gran número de fans.

Además, el tipo de producción audiovisual introduce interesantes elementos en el análisis de los resultados obtenidos. El 93% se ubican en contextos reales (ya sean cotidianos, educativos o turísticos). Este tipo de ambientación es la predominante en la oferta de contenidos de TikTok.

Únicamente un 7% (correspondiente al @grupo\_vaughan) presenta vídeos que apuestan por el uso de extractos de programa de televisión.

Por otro lado, el 100% de los vídeos destacan por su claridad, concebida como una apuesta por los contenidos directos, elocuentes y sencillos; se narran en español e inglés (*Spanglish*) y todos incorporan subtítulos, así como otro tipo de recursos, como: filtros, palabras o frases clave, dúos, *stickers*, *emojis*, *gifs*, transiciones y otros, que los convierten en un producto más comprensible

*Sergio Miguel Alguacil Sánchez*

*TIKTOKEANDO POR LA EDUCACIÓN: EL USO DE TIK TOK COMO HERRAMIENTA EDUCATIVA  
EFECTIVA EN EL AULA DE IDIOMAS*

(DUA-A) y que añade una capa expresiva y estética, habitualmente vinculada al discurso oral. No hay rastro de realidad aumentada.

Por último, cabe decir que el análisis de los personajes que aparecen en los vídeos refuerza algunas de las características de TikTok. Se observa un predominio muy holgado de aquellos vídeos que confieren protagonismo a los gestores de la cuenta (93%), aspecto que incide en el cariz de empoderamiento de la red social (que permite vender fácilmente productos y servicios). El resto de los roles identificados posee una presencia muy reducida y ocasional: amigos, invitados, seguidores y mascotas (31%).

No obstante, la adecuación de los contenidos a la plataforma se adecua a los parámetros que definen este medio social. Un 100% de los perfiles presentan recursos adecuados para la finalidad propuesta: aportar grandes beneficios para la docencia 2.0. en el aula de idiomas.

## **7. Conclusiones**

Los resultados analizados dan muestra del potencial educativo de TikTok, que como exponen Barrezueta-Cabreta *et al.* (2022) llega emocionalmente a los estudiantes, utilizando la educación como entretenimiento, que es el objetivo principal de esta plataforma.

Aparte, el tiempo que, actualmente, un estudiante está concentrado y presta atención ha disminuido significativamente, lo que impulsa a los educadores a buscar estrategias de enseñanza ágiles y efectivas.

Una de las soluciones más prometedoras es el microaprendizaje, una metodología que ofrece lecciones cortas y precisas, diseñadas para encajar perfectamente en estos reducidos intervalos de atención y que permiten adaptarse al actual plan de estudios.

*II JORNADA “LIDERANDO EL CAMBIO DIGITAL”  
REVISTA DIGITAL EDUCAMADRID*

Pero, no debemos olvidar que TikTok debe analizarse desde una doble perspectiva: (i) la que incide en su potencial y (ii) la que refleja su uso limitante en el área de Inglés como lengua extranjera (tabla 3).

Tabla 3

*Aspectos potenciales y aspectos negativos del uso de TikTok en el aula de idiomas.*

<b>Beneficios del uso de TikTok en educación</b>	<b>Limitaciones y efectos negativos de TikTok</b>
Facilita la comprensión e interiorización de la información por parte de los alumnos (poder del microaprendizaje en la educación moderna).	Tecnofobia (generacional) por parte de algunos docentes.
Genera hibridación de contextos y roles: rompe con el espacio educativo y el rol tradicional del profesor.	Falta de capacitación en el equipo docente (no solo por el uso específico de estas herramientas, sino por el tipo de cambio de paradigma en el proceso de enseñanza-aprendizaje que estas herramientas están provocando).
Mejora de la eficiencia en la adquisición de conocimientos (tiempo, cantidad de contenidos, habilidades varias).	Puede conducir a los alumnos adictos a TikTok a un enorme carnaval de entretenimiento.
Fomenta el desarrollo en equipo, la co-creación y el co-learning.	Puede provocar distracción por el exceso de elementos visuales, música complicada, o si el alumno recuerda el formato en lugar de la información.
Mejora el interés, la motivación y la actitud de los estudiantes.	Puede hacer consumir parte del tiempo que debería estar dedicado al conocimiento o a otros aspectos más relevantes de la vida real.
Permite fortalecer conocimientos considerados interesantes por el alumnado.	
Mejora el recuerdo de la información.	
Mejora las bases para una educación continua o para toda la vida ( <i>lifelong learning</i> ).	
Facilita un aprendizaje más visual (a través de materiales visualmente atractivos).	
Elimina barreras de localización y tiempo.	
Fomenta el fenómeno TEDTok: pone al alcance de alumnos y profesores múltiples realidades en las que se puede recibir forma inmediata y desde cualquier lugar del mundo contenidos de expertos convertidos en protagonistas de espectaculares TEDTalks reducidas.	
Complementa otras metodologías como, por ejemplo: el <i>flipped learning</i> .	
Mejora la confianza en los docentes.	
Fomenta la capacitación, el desarrollo profesional y emocional, y el aprendizaje continuo de los profesores.	

Fuente: Elaboración propia a partir de las observaciones de Garrigos-Simon *et al.* (2022).

TIKTOKEANDO POR LA EDUCACIÓN: EL USO DE TIK TOK COMO HERRAMIENTA EDUCATIVA EFECTIVA EN EL AULA DE IDIOMAS

Asimismo, el DMS (*Document Management Software* o Excel utilizado) revela una serie de tensiones que se generan en el proceso de transición del universo educativo hacia el ámbito de TikTok (tabla 4).

Tabla 4

*Tensiones observables en la exposición de contenidos creados por profesores en TikTok.*

<b>Analogismos con la educación</b>	<b>VS</b>	<b>Tiktokificación</b>
Elementos propios de la educación tradicional se trasladan al ámbito virtual de TikTok (aula, pizarra, rotuladores...).		Se ejecutan acciones propias de TikTok (coreografías, fonomímica, memes de vídeo, etc.) en el aula.
<b>Identificación</b>	<b>VS</b>	<b>Narcisismo</b>
Presencia continuada y estilemas propios que impulsan el reconocimiento.		Posicionamiento del yo y voluntad de aumentar la popularidad personal.
<b>Formación reglada</b>	<b>VS</b>	<b>Microaprendizaje aleatorio</b>
Proceso educativo pautado y sistematizado, incluyendo contenidos, metodologías y objetivos.		Contenidos muy concretos y específicos, sin un desarrollo programado ni una progresión establecida.
<b>Fin pedagógico</b>	<b>VS</b>	<b>Fin comercial</b>
La finalidad en última instancia es enseñar.		La finalidad comunicativa es la venta de productos, servicios o del propio perfil.
<b>Profesor</b>	<b>VS</b>	<b>Influencer</b>
Persona que tiene por oficio educar y enseñar.		Deseo de convertirse en una persona famosa o persona influyente (poder y estatus).

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de Sánchez-López *et al.* (2023).

Todo esto apunta hacia una situación iniciática, donde aún se están gestando propuestas originales educativas específicas para la plataforma, pero eso no significa que no se hayan generado todavía, sino que están adaptándose y experimentando con todo su potencial.

## 8. Limitaciones y prospectiva.

Como limitaciones podemos señalar que los estudios sobre TikTok y educación son incipientes, aunque se observa una tendencia de crecimiento en el tema.

Por otro lado, se recuerda que se ha analizado una muestra compuesta por 12.237 vídeos en la plataforma. Sin embargo, en este ecosistema emerge una gran amalgama de publicaciones sobre distintas disciplinas abordadas.

## 9. Consideraciones finales:

TikTok es el claro ejemplo de las posibilidades que ofrece la web 4.0 como fuente de conocimiento, puesto que demuestra que los alumnos -"entre los 11 y 16 años" (Conde del Río, 2021)- también pueden compartir sus propias experiencias y generar contenidos educativos de cierta calidad, pero eso sería objeto de otro estudio.

## 10. Referencias bibliográficas

Andréu, J. (2000). «Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada». *Ábaco en Red*, 10 (2), 1-34. Url: <https://tinyurl.com/mr3fk2vj>.

Barrezueta-Cabrera, T., Renés-Arellano, P. & Hernando-Gómez, A. (2022). «Edutokers: estrategias de éxito y promoción de valores sociales». *Redes sociales y ciudadanía: ciberculturas para el aprendizaje*. Madrid: Grupo Comunicar & AlfaMed, 89-95. Url: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8763130>.

Sergio Miguel Alguacil Sánchez

TIKTOKEANDO POR LA EDUCACIÓN: EL USO DE TIK TOK COMO HERRAMIENTA EDUCATIVA  
EFECTIVA EN EL AULA DE IDIOMAS

- Caldeiro-Pedreira, M.C. & Yot-Domínguez, C. (2023). «Usos de TikTok en educación. Revisión sistemática de la aplicabilidad didáctica de TikTok». *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 69, 53-73. Url: <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3630>.
- Cea, N. (2022). «TikTok, una nueva herramienta para la educación». *La Gaceta del CUSur*, 15 (201).  
Url: <https://tinyurl.com/23r9f7w5>.
- Conde del Rio, M. (2021). «Estructura mediática de Tiktok: estudio de caso de la red social de los más jóvenes». *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 26, 59-77. Url: <http://doi.org/10.35742/rcci.2021.26.e126>.
- C.P. Cervantes (Leganés) (2020). «Instalaciones, espacios y servicios del C.E.I.P. Miguel de Cervantes» [Vídeo]. *Mediateca de EducaMadrid*. Url: <https://tinyurl.com/3d825fvu>.
- C.P. Cervantes (Leganés) (2023). «Proyecto educativo [PDF]». *Web de EducaMadrid*. Url: <https://tinyurl.com/3wtraxvc>.
- Garrigos-Simon, F.J., Narangajavana-Kaosiri,Y., Sanz-Blas, S. & Buzova, D. (2022). «TikTok y educación». *International conference on innovation, documentation and education (INNODOCT22, Nov.2nd-7th)*. Valencia: Editorial de la Universitat Politècnica de València. Url: <https://doi.org/10.4995/INN2022.2022.16503>.
- Jia, L. & Liang, F. (2021). «The globalization of TikTok: Strategies, governance and geopolitics». *Journal of Digital Media & Policy*, 12 (2), 273-292. Url: [https://doi.org/10.1386/jdmp\\_00062\\_1](https://doi.org/10.1386/jdmp_00062_1).
- Jones, R.H. (2024). «Lip-synching and young people's everyday linguistic activism on TikTok». *#Youth Media Life & Friends*. Alemania: V & R Unipress, 23-41. Url: <https://tinyurl.com/mrydsvey>.

II JORNADA "LIDERANDO EL CAMBIO DIGITAL"  
REVISTA DIGITAL EDUCAMADRID

- Manrique, A. (2020). «¿Quiénes son los *zoomers* y qué están logrando?». *Dialoguemos*, revista on-line [s.p.]. Url: <https://tinyurl.com/2x8fzs39>.
- Méndez-Majuelos, I., López-López, P.J. & Sobrados-León, M. (2023). «TikTokers y discapacidad: Entretenimiento, inclusión y difusión de valores entre los jóvenes de habla hispana». *Icono 14 (Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes)*, 21 (2), 1-21. Url: <https://doi.org/10.7195/ri14.v21i2.2026>.
- Micaletto-Belda, J.P., Morejón-Llamas, N., & Martín-Ramallal, P. (2024). «TikTok como plataforma educativa: análisis de las percepciones de los usuarios sobre los contenidos científicos». *Revista Mediterránea de Comunicación*, 15 (1), 97-144. Url: <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.25419>.
- Page, J. *et al.* (2021). «The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews». *BMJ*, 372 (71). Url: <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>.
- Rach, M. & Lounis, M. (2021). «The Focus on Students' Attention! Does TikTok's EduTok Initiative Propose an Alternative Perspective to the Design of Institutional Learning Environments?». *Integrated Science in Digital Age 2020 (ICIS2020)*, 136, 241-251. Url: [https://doi.org/10.1007/978-3-030-49264-9\\_22](https://doi.org/10.1007/978-3-030-49264-9_22).
- Renés-Arellano, P., Alvites-Huamaní, C.G. & Caldeiro-Pedreira, M.C. (2020). «La transmisión de valores sociales a través de Internet». *Aula Abierta*, 49 (2), 113-120. Url: <https://doi.org/10.17811/rifie.49.2.2020.113-120>.
- Rodríguez-Medina, A.E., Martínez-Cerqueda, D. & Balbuena-Ortega, M.P. (2023): «TikTok para la enseñanza y aprendizaje de lenguas en educación superior (...)». *Revista Paraguaya de Educación a Distancia (REPED)*, 4 (1), 46-59. Url: <https://tinyurl.com/52tc8jw9>.
- Sánchez-López, I., Roig-Vila, R. & Manotas-Salcedo, E. (2023). «Profesores en TikTok: estrategias y recursos creativos para la divulgación y viralización de contenido. ¿Una evolución en la

Sergio Miguel Alguacil Sánchez

TIKTOKEANDO POR LA EDUCACIÓN: EL USO DE TIK TOK COMO HERRAMIENTA EDUCATIVA  
EFECTIVA EN EL AULA DE IDIOMAS

educación?». *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 69, 93-112. Url:  
<https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3634>.

Silverio, M. (2024). «Estadísticas y usuarios activos de TikTok». *Prime Web*, portal de internet on-line [s.p.]. Url: <https://tinyurl.com/55zx8eed>.

Tejedor-Calvo, S. *et al.* (2022). «Desafíos del uso de TikTok como plataforma educativa: Una red multitemática donde el humor supera al debate». *Aula Abierta*, 51 (2), 121-127. Url:  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8520715>.

Toffler, A. (1980). *La tercera ola*. Barcelona: Plaza & Janés. Url: <https://tinyurl.com/mur6b8nf>.

## 11. Anexos

Consultar *DMS* (o Excel) en la *web* de EducaMadrid: <https://tinyurl.com/4uxf3z3a>.