

INNOVACIÓN DOCENTE UTILIZANDO VÍDEOS CORTOS PARA LA ASIGNATURA PROCESOS DE FABRICACIÓN

PETR URBAN
Universidad de Sevilla

1. INTRODUCCIÓN

Tik Tok es una red social que rompe el statu quo no solo en Internet, sino en general en términos de comunicación virtual y funcionamiento en el mundo digital. La fuerte competencia de Instagram y Facebook (las redes sociales más extendidas en el mundo hasta la fecha) viene de China y, como toda innovación, tiene dos caras de la moneda. Populariza el formato de video y brinda un trabajo creativo intuitivo incluso para los más jóvenes.

La historia de Tik Tok (Martínez, 2021) se remonta hasta el año 2017, cuando la empresa china Byte Dance compró Musica.ly con 0,5 millardos de usuarios. Aunque nunca se ha anunciado oficialmente el monto exacto de la transacción, se estima que Byte Dance pagó entre \$ 0,8 millardos y \$ 1 millardo por Musica.ly. Musica.ly fue extremadamente popular en China, permitiendo ver videos musicales y crear videos propios de hasta 60 segundos de canciones populares, que los usuarios luego compartían con sus seguidores. Byte Dance fusionó su propio desarrollo con la empresa adquirida Musica.ly y lanzó una aplicación móvil llamada Tik Tok. El objetivo era expandirse a los mercados occidentales, especialmente a los mercados de los Estados Unidos de América. En China, la aplicación Tik Tok está disponible con el nombre Douyin. Los medios identificaron por primera vez a Tik Tok como la red social de más rápido crecimiento, saltando de 130 millones de descargas (en 2017) a 660 millones de descargas nuevas (en 2018).

El propósito del Tik Tok es crear y compartir videos cortos. La aplicación móvil permite a los usuarios crear videoclips cortos con una duración de 3 segundos a 3 minutos, principalmente, sobre temas como baile, karaoke, bromas, videos con mascotas, desafíos y disparates. Tik Tok (lanzamiento en 2016) es utilizado por 800 cada mes y su base de usuarios crece más rápido que la mayoría de las redes sociales, incluido Facebook (lanzamiento en 2004) con 2,5 millardos de usuarios, You Tube (millones de personas lanzamiento en 2005) con 2,0 millardos de usuarios, WhatsApp (lanzamiento en 2009) con 1,7 millardos de usuarios o Instagram (lanzamiento en 2010) con 1,1 millardos de usuarios (Padilla Castillo, 2021).

Los usuarios de la red social Tik Tok son, principalmente, jóvenes de la generación Z. El grupo de edad más común aquí es de 13 a 24 años. Además, entre los niños y niñas que tienen cuenta en alguna red social destacan Tik Tok e Instagram como redes sociales más usadas entre los menores de 9 a 14 años. En una posición menos destacada aparecen otras plataformas sociales como YouTube, Twitter o Snapchat. Sin embargo, Tik Tok ya no es solo para adolescentes y “una sala de juegos” para niños pequeños. Las estadísticas muestran que un tercio de los usuarios tienen más de 30 años (Sánchez Lizcano, 2021). Al mismo tiempo, las estadísticas muestran que los usuarios envejecen con la aplicación y no la abandonan. En China, Indonesia, Malasia y Arabia Saudita, la mayoría está ahora en el grupo de 25 a 34 años (mientras que antes era de 16 a 24 años). Aunque la mayoría de los usuarios de Tik Tok tienen entre 7 y 24 años, hay casos excepcionales en los que los perfiles de personas mayores, como 50, son populares. Un ejemplo es el abuelo “Grandad Joe”, quien tiene 87 años y 2,5 millones de seguidores. También resultó exitoso el proyecto “Blinding Lights Challenge”, en el que participaron muchos padres de niños que están en Tik Tok. Sin embargo, la mayor parte del contenido en el Tik Tok mucha gente clasificaría como “Tonterías”. La generación mayor de 30 años, que no está cerca de Internet y de las redes sociales, muchas veces no entiende por qué alguien hace este tipo de videos, por qué los comparte y cómo alguien puede pasar tanto tiempo viendo esta red social. La red social Tik Tok muestra claramente el pensamiento diferente de las generaciones individuales y las

diferentes percepciones del mundo (especialmente entre la generación Z nacida entre 1995 y 2010 y la Generación X nacida hasta 1980).

El objetivo de la mayoría de los videos en Tik Tok es probar hacer algo diferente, divertirse, huir un rato de la realidad, poder vivir de otra manera, probar un rol diferente, conectarse con la gente, interactuar, inspirar y también ser parte de un grupo. Sin embargo, hay un grupo de Tik Tokers (creadores del contenido en Tik Tok) que ganan dinero por tener muchos seguidores de sus videos. Los 5 mejores Tik Tokers en el mundo son los siguientes (Véliz, 2022):

1. Charli D'Amelio (@charlidamelio) con 142 millones de seguidores.
2. Khabane Lame (@khabylame) con 142 millones de seguidores.
3. Bella Poarch (@bellapoarch) con 90 millones de seguidores.
4. Addison Rae (@addisonre) con 88 millones de seguidores.
5. Zach King (@zachking) con 70 millones de seguidores.

La Tik Toker más vista Charli D'Amelio se hizo famosa por sus creaciones de danza.

Sin embargo, el Tik Tok se puede utilizar no solo para bailar y cantar, pero también para crear contenido de aprendizaje. Como ejemplos se pueden mencionar el español para extranjeros (Solano Solano, 2020), la lengua castellana y literatura en la secundaria (Blanco, 2021 y Solano Solano, 2021), el grado de derecho (Rosado Villaverde, 2021), el grado de bellas artes (Marín-Cepeda, 2021), como promover la internacionalización de los estudiantes universitarios (Manchado Nieto, 2020), como mejorar la atención de los estudiantes universitarios en Tik Tok (Canuto, 2021) y como implementar videos en la docencia universitaria (Ribera Puchades, 2021 y Martí Climent, 2021).

Tik Tok es muy intuitivo y todo el proceso de hacer videos es muy simple. Se pueden filtrar los videos creados, ajustar la velocidad, compilarlos con otros cuadros o videos y, por supuesto, también se puede insertar un fondo musical. Se puede transformar la voz, agregar efectos visuales y varias pegatinas estáticas o en movimiento. Finalmente, se puede agregar una breve leyenda al video y agregar hashtags relevantes. Los

hashtags funcionan casi como en el Instagram, aumentando el alcance y clasificando los videos en categorías imaginarias y áreas de interés. Sin embargo, no tienen un peso tan fuerte como en el Instagram. Por el contrario, se pone mucho más énfasis en el tiempo que los espectadores pasan viendo el video, interactuando (me gusta y comentarios) y consumiendo contenido similar. El video se puede configurar para que aparezca privado, para tus amigos (seguidores) o público, cuando cualquiera pueda verlo.

¿Te gustaría ganar dinero en el Tik Tok? Por lo general, hay que alcanzar unidades más altas de miles de seguidores para que los videos reciban suficientes vistas para colaboraciones interesantes y posibles ventas o regalos. Se habla de un límite mínimo imaginario de 10 000 seguidores, pero lo cierto es que es individual. Dependerá mucho del perfil de los seguidores.

Por supuesto, existen también peligros y riesgos en el Tik Tok. La red social Tik Tok ha recibido muchas etiquetas de peligro y riesgo por parte de los medios. Lo cierto es que la cantidad de videos que suben y comparten los usuarios es enorme. Los controles no son suficientes, por lo que no es de extrañar que aquí aparezcan videos que son inapropiados o extremadamente peligrosos socialmente en su contenido. Dichos videos no pueden detectarse simplemente mediante el aprendizaje automático, sino que se deben realizar comprobaciones manuales, que no son una prioridad por parte de la empresa Byte Dance. El crecimiento del número de usuarios registrados y la cantidad de contenido compartido es una prioridad. Millones de seguidores y millardos de me gusta no es lo único que se acumula en Tik Tok. Al mismo tiempo, se está recopilando una gran cantidad de hoax (Blasco Vela, 2021) (es un bulo o mentira difundida deliberadamente para que parezca como si estuviera un mensaje verdadero), comentarios ridículos, trolls (personas que publican comentarios para provocar y que son irrelevantes con el propósito de afectar negativamente a los lectores), comentarios críticos que se convierten en ciberacoso, killingstalking (videos que muestran a menores poniéndose cuchillos en la garganta y fingiendo abusar de otros menores), amenazas, videos pornográficos, mensajes de acoso sexual, videos para promover suicidios y podríamos seguir. Ya se conocen casos en los que la

Policía investigó algunos delitos en base a videos de la red social Tik Tok.

Otra característica polémica en la red social Tik Tok es la libertad de expresión. No hace falta decir que Tik Tok no es una red social con libertad de expresión. Ya hay varios casos en los que un usuario ha sido bloqueado porque compartió "contenido inapropiado"; por ejemplo, señaló problemas sociales y étnicos en China y Asia. Sin embargo, en 2020 fuimos testigos de que otras redes sociales no respetan la libertad de expresión y censuran contenidos según sus propias reglas. Tras la crisis del coronavirus y una serie de teorías de conspiración sobre 5G, Facebook, YouTube y Twitter bloquearon varias cuentas, tanto de influencers como de medios.

Por otro lado, Tik Tok podría ser utilizado por algunos países para amenazar a la seguridad nacional de otros países. El presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, identificó a Tik Tok como una amenaza para la seguridad nacional y estaba considerando prohibirlo por completo en los Estados Unidos. Uno de los argumentos más fuertes es la amenaza de mal uso de los datos personales por parte del gobierno chino. Tik Tok está obligado a transmitir datos e información sobre los usuarios a pedido del gobierno chino. Tik Tok es utilizado por unos 165 millones de usuarios en los Estados Unidos. El 6 de agosto de 2020, Donald Trump prohibió a las empresas estadounidenses hacer negocios con la empresa china Byte Dance. El 14 de agosto de 2020, emitió una orden de ultimátum de 90 días para que Byte Dance vendiera sus activos y datos recopilados de usuarios estadounidenses. Microsoft y Twitter negociaron la adquisición. Sin embargo, no se llegó a ningún acuerdo. Donald Trump ha ordenado a todas las tiendas de EE. UU. que retiren Tik Tok y WeChat (propiedad de Tencent) de sus tiendas. En los EE. UU., no es posible (desde el octubre de 2020) descargar las aplicaciones Tik Tok y WeChat en Apple Store o Google Play. No obstante, quienes tengan instalada la aplicación podrán seguir utilizándola sin restricciones.

Entre otras restricciones del Tik Tok es la edad mínima para poder utilizar esta red social. Tik Tok no permite oficialmente que los usuarios menores de 13 años se registren. El mismo límite de edad se establece

para redes sociales como Facebook o Instagram. En la práctica, es simplemente cuestión de hacer clic y aceptar las condiciones de uso de la aplicación, lo que significa que no hay más controles de edad. Por lo tanto, la aplicación móvil Tik Tok puede ser instalada por usuarios menores de 13 años. Sin embargo, esto está oficialmente prohibido por la aplicación.

Teniendo en cuenta todos los pros y contras, es posible que Tik Tok no es la aplicación idónea para los fines que uno está buscando. En este caso, existen otras aplicaciones que se parecen al Tik Tok pero cada una con sus particulares diferencias que podría ser la razón para utilizar una u otra. Entre las más conocidas son Byte, Clash, Dubsmash, Funimate o Triller.

Y al final, ¿consejos para los interesados? Tik Tok está aquí para todos y no importa la edad que tengas. El dinamismo de esta red social es realmente enorme y cambia todos los días. La única forma de tener éxito es estar activo en la plataforma todos los días y experimentar.

2. OBJETIVOS

Este proyecto tiene dos objetivos principales. En el primer lugar, crear contenido en forma de vídeos didácticos cortos (como máximo de 3 minutos) y subirlo a la red social Tik Tok. Así, los estudiantes tendrán acceso a un material didáctico novedoso y muy cercano a sus hábitos cotidianos. Y, en el segundo lugar se ha elaborado una encuesta donde los estudiantes podrían expresar su opinión sobre la red social Tik Tok en general y el material docente en la plataforma de Tik Tok en particular.

3. METODOLOGÍA

En la red social Tik Tok se ha creado un usuario “Profe Petr” y una cuenta “procesos_de_fabricacion”. Para acceder a esta cuenta se puede utilizar tanto el buscador en la aplicación Tik Tok o directamente mediante la URL “https://www.tiktok.com/@procesos_de_fabricacion”.

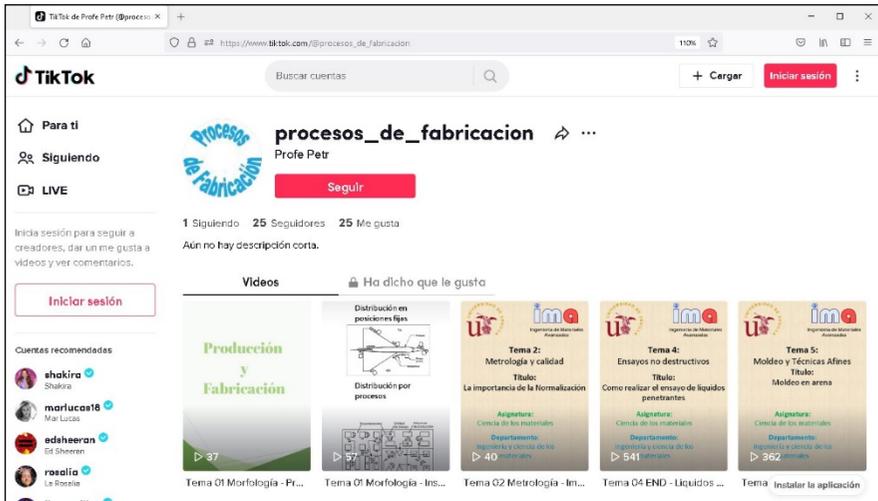
En el caso de la elaboración de la encuesta se ha utilizado el servicio de la aplicación de Google Forms. En total han participado unos 47

estudiantes del grado de ingeniería electrónica industrial y doble grado de ingeniería eléctrica y electrónica industrial. La encuesta tiene en total 10 preguntas.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados y discusión se pueden dividir en dos partes bien separadas. Por un lado, se explicarán las características de la cuenta en Tik Tok que contiene algunos videos didácticos orientados para la asignatura de Procesos de fabricación en el grado de ingeniería electrónica industrial y doble grado de ingeniería eléctrica y electrónica industrial (Figura 1). Por otro lado, se mostrarán los resultados de la encuesta donde los estudiantes podrían opinar sobre las redes sociales en general y sobre los videos didácticos en la cuenta de Tik Tok en particular.

FIGURA 1. La cuenta de la asignatura Procesos de fabricación en la red social Tik Tok.



Fuente: elaboración propia

4.1. LA RED SOCIAL TIK TOK Y LA ASIGNATURA PROCESOS DE FABRICACIÓN

Se ha creado una cuenta en la red social Tik Tok (Figura 1), principalmente, con dos propósitos. Los estudiantes podrían crear sus propios

videos didácticos o podrían simplemente consumir el contenido audiovisual. La creación de los vídeos por parte de los estudiantes ha sido una tarea no obligada y el único requisito ha sido que el contenido tenía que tener alguna relación con la asignatura de Procesos de fabricación. Los estudiantes podrían utilizar una plantilla específicamente diseñada en el Power Point para crear vídeos para Tik Tok o podrían crear videos desde cero por su cuenta con su propio diseño o guión. Actualmente, la cuenta tiene 9 videos didácticos, 25 seguidores 25 me gusta y unas 1 200 reproducciones.

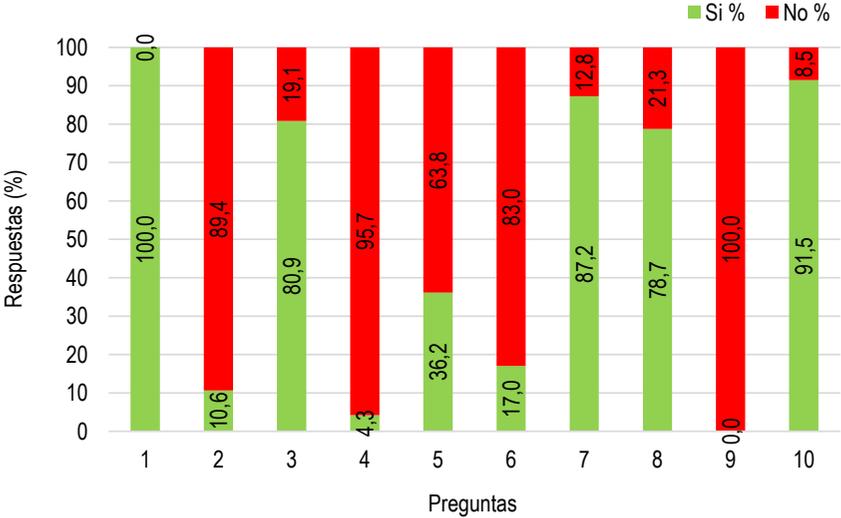
4.2. ENCUESTA SOBRE LA RED SOCIAL TIK TOK

Al final del cuatrimestre se ha enviado a los estudiantes una encuesta (Grafico 1) para que podríamos determinar la popularidad de la red social Tik Tok entre los estudiantes y que opinión tienen los estudiantes sobre los videos didácticos de Procesos de fabricación en el Tik Tok. Los resultados de las preguntas se exponen a continuación.

4.2.1. ¿Conoces la red social Tik Tok o has visto algún video en esta plataforma?

El principal problema de la mayoría de las aplicaciones o programas informáticos, para utilizarlos en la docencia, es que los estudiantes no conocen su funcionamiento y antes de aprender el contenido de la asignatura hay que aprender manejar la aplicación o el programa. En el caso de la red social Tik Tok no es necesario enseñarles a los estudiantes como funciona, ya que, todos los estudiantes conocen muy bien la aplicación Tik Tok y saben manejarla sin la necesidad de más explicaciones. Esta respuesta era de esperar, debido a que en todo el mundo hay actualmente unos 800 millones de usuarios de la red social Tik Tok (Padilla Castillo, 2021). Dicho con otras palabras, una de cada siete personas en el mundo utiliza el Tik Tok. Evidentemente, es muy probable, que en los países menos desarrollados tecnológicamente la proporción será mayor y en los países desarrollados como, por ejemplo, España la proporción es menor. Además, estamos preguntando a estudiantes universitarios, y las personas con nivel de educación más alta suele utilizar más a menudo la informática en general y las redes sociales en particular.

GRÁFICO 1. Las preguntas y las respuestas de los estudiantes sobre la red social Tik Tok. 1) ¿Conoces la red social Tik Tok o has visto algún video en esta plataforma? 2) ¿Eres Tik Toker? Persona que crea contenido en la red social Tik Tok. 3) ¿Crees, que en la red social Tik Tok se puede crear contenido educativo? 4) ¿Has visto en la red social Tik Tok algún video educativo? 5) ¿Crees, que es mejor la red social Tik Tok que You Tube para publicar videos educativos? 6) ¿Crees, que los videos en la red social Tik Tok con la duración máxima de 3 minutos es tiempo suficiente para videos didácticos? 7) ¿Te gusta el material docente creado en la red social Tik Tok para la asignatura Procesos de fabricación? 8) ¿Crees, que el material docente en la red social Tik Tok puede mejorar tus conocimientos de la asignatura Procesos de fabricación? 9) ¿Ofrecen otros profesores en otras asignaturas en tu carrera material docente creado en la red social Tik Tok? 10) ¿Deberían ofrecer otros profesores en otras asignaturas en tu carrera material docente creado en la red social Tik Tok?



Fuente: elaboración propia

4.2.2. ¿Eres Tik Toker? Persona que crea contenido en la red social Tik Tok.

Por otro lado, hay muchos menos estudiantes que se consideran ser los llamados Tik Tokers, tan solo unos 10,6%. Un Tik Toker es una persona que crea vídeos y los sube a la red social Tik Tok. Normalmente un Tik Toker pretende que sus videos tengan un gran número de visitas y comentarios, y que su cuenta del Tik Tok tenga un gran número de seguidores. Los vídeos más visitados se denominan vídeos virales. Incluso,

existen manuales para explicar que hay que hacer para que hay más probabilidad que un vídeo se convierta en el contenido viral. Sin embargo, en nuestro caso (nuestra cuenta educativa en Tik Tok) no se pretende capturar la atención a mayor número posible de personas, sino que, se quiere conseguir que nuestros videos vean personal, principalmente estudiantes de ingenierías, que necesitan aprender y entender Procesos de fabricación.

4.2.3. ¿Crees, que en la red social Tik Tok se puede crear contenido educativo?

La red social Tik Tok tiene, evidentemente, algunas ventajas y otras inconvenientes frente a las demás redes sociales para difundir contenido educativo. Probablemente, la inconveniente más cuestionada es la duración de los vídeos. Los vídeos, en la red social Tik Tok pueden tener como máximo unos 3 minutos. Seguramente, la mayoría de los profesores puede opinar que en menos de 3 minutos es prácticamente imposible explicar algo en condiciones. Además, por ejemplo, para aprender la asignatura de Procesos de fabricación hacen falta unas 49 horas de clases magistrales y 11 horas de clases prácticas. Si quisiéramos explicar todo el temario en videos de 3 minutos, necesitaríamos crear unos 1 200 vídeos educativos. Parece muy poco adecuada esta red social para crear contenido educativo, sin embargo, la gran mayoría de los estudiantes, unos 80,9%, cree, que en la red social Tik Tok se puede crear contenido educativo. A lo mejor, no hace falta explicarlo todo mediante vídeos cortos, sino que, explicar solo cuestiones muy concretas con una manera rápida pero lo más eficiente posible. Si se consigue crear contenido educativo muy corto pero muy bien explicado, los primeros beneficiarios de este contenido serán nuestros estudiantes y la calidad de nuestras asignaturas aumentará considerablemente.

4.2.4. ¿Has visto en la red social Tik Tok algún video educativo?

De momento parece, según la encuesta, que en la red social Tik Tok hay muy poca cantidad de contenido educativo. Tan solo 4,3% de los estudiantes han visto en la red social Tik Tok algún video educativo. Pueden darse dos explicaciones de este hecho. Por un lado, que la red social Tik

Tok no es adecuada para este tipo de contenido, probablemente, (y como se ha explicado en la pregunta anterior) debido al tiempo limitado de los vídeos. O, por otro lado, que la red social Tik Tok parece ser a priori para consumir videos divertidos y de entretenimiento más que para aprendizaje y que existe un cierto vacío no aprovechado por los docentes para usar el gran potencial de esta red social para crear y difundir contenido educativo. Lo cierto es, que unos 80,9% de los estudiantes creen, que en la red social Tik Tok se puede crear contenido educativo. Esto tiene que ser la razón por la cual deberíamos, por lo menos intentar utilizar la red social Tik Tok para crear material docente diferente y complementario a los materiales docentes clásicos como libros de texto o presentaciones en Power Point.

4.2.5. ¿Crees, que es mejor la red social Tik Tok que You Tube para publicar videos educativos?

Tan solo 36,2% de los estudiantes cree, que la red social Tik Tok es mejor medio para difundir contenido educativo que el You Tube. Hay que mencionar, otra vez, que en el Tik Tok la duración máxima de un vídeo son 3 minutos. Por lo contrario, en el You Tube se pueden ver vídeos muy largos, incluso de varias horas o en algunos casos extremos de hasta 200 horas que son unos 8 días y 8 horas (Paverick, 2022). Además, los vídeos en You Tube se pueden unir según algún aspecto común mediante una lista de reproducción. Y, probablemente, la mayoría de las personas, si busca un manual o una explicación de algo, lo hará seguramente en el You Tube y no en el Tik Tok.

4.2.6. ¿Crees, que los videos en la red social Tik Tok con la duración máxima de 3 minutos es tiempo suficiente para videos didácticos?

Es muy complicado responder a esta pregunta. Unos 83,0% de los estudiantes cree, que la duración máxima de 3 minutos de los videos en la red social Tik Tok no es tiempo suficiente para la creación y consumo de los videos didácticos. Las respuestas son muy relativas. Depende, principalmente de varios factores como el tipo y la dificultad de la cuestión, la capacidad del docente para explicar dicha cuestión, Los conocimientos previos de los estudiantes, etc. En el primer lugar, hay que tener

en cuenta que es lo que se quiere explicar. Para explicar conceptos más complejos se necesita más tiempo y no se puede utilizar el Tik Tok, sin embargo, en estos casos podría ser posible dividir un concepto complejo en conceptos parciales y explicar varios conceptos parciales en varios videos por separado. Y en este caso sí se podría utilizar el Tik Tok. En el segundo lugar, el papel fundamental tiene el docente Tik Toker y cuál es su capacidad de enfocar el problema y diseñar una respuesta clara, rápida y contundente. Y, por último, si los estudiantes tienen una buena base de conocimientos previos, se puede empezar a explicar en el video didáctico directamente el fundamento del problema sin tener que perder tiempo con explicaciones secundarias o laterales.

4.2.7. ¿Te gusta el material docente creado en la red social Tik Tok para la asignatura Procesos de fabricación?

A unos 87,2% de los estudiantes gusta el material docente creado en la red social Tik Tok para la asignatura Procesos de fabricación. El primer paso para que los estudiantes aprendan de forma eficaz es su positiva relación con el tipo de soporte en el cual se presenta el material docente. Incluso antes de empezar cuestionar la propia calidad docente del contenido, es muy importante también elegir correctamente la presentación del contenido. Es muy probable, que, si facilitaremos a los estudiantes exactamente el mismo contenido, pero presentado de maneras diferentes, por ejemplo, un contenido en formato (soporte) de texto simple y el mismo contenido en formato (soporte) de realidad aumentada, los estudiantes aprenderán más fácilmente mediante el soporte con el cual tienen vinculo más positivo. Probablemente aprenderían más fácilmente utilizando la realidad aumentada porque prestarían más interés para aprender. Lo mismo podría ocurrir con el Tik Tok. Como Tik Tok está relacionado, principalmente, con vídeos de entretenimiento, los estudiantes podrían percibir los vídeos didácticos como entretenimiento y no como algo educativo y obligatorio.

4.2.8. ¿Crees, que el material docente en la red social Tik Tok puede mejorar tus conocimientos de la asignatura Procesos de fabricación?

Unos 78,7% de los estudiantes creen, que el material docente en la red social Tik Tok puede mejorar sus conocimientos en la asignatura Procesos de fabricación. Es, prácticamente, casi la misma cantidad de estudiantes que, en la pregunta anterior, respondieron, que les gusta este material docente. Se confirma que, si a algún estudiante le gusta un determinado tipo de enseñanza, entonces este estudiante cree, que es fácil o que se puede aprender algo utilizando dicho tipo de enseñanza. Este material docente tiene muy buena respuesta por parte de los estudiantes y merece la pena seguir creando más vídeos didácticos y mejorar tanto la calidad como la cantidad del contenido en la cuenta del Tik Tok.

4.2.9. ¿Ofrecen otros profesores en otras asignaturas en tu carrera material docente creado en la red social Tik Tok?

Parece, que no existe ningún material docente utilizando Tik Tok en los programas docentes en otras asignaturas, por lo menos, hasta el tercer curso del grado de ingeniería electrónica industrial y del doble grado de ingeniería eléctrica y electrónica industrial. En general, los profesores prefieren basar su docencia, principalmente, en las clases magistrales introduciendo poco o ningún contenido basado en TIC (Tecnología de la Información y la Comunicación).

4.2.10. ¿Deberían ofrecer otros profesores en otras asignaturas en tu carrera material docente creado en la red social Tik Tok?

Unos 91,5% de los estudiantes cree, que los profesores en otras asignaturas deberían ofrecer material docente creado en la red social Tik Tok. Este resultado se debe a que la mayoría de los estudiantes pertenecen a la generación Z (personas que han nacido entre 1995 – 2005), por lo cual, tienen una muy buena base en el uso de las nuevas tecnologías. Estos estudiantes esperan, que en los estudios universitarios los profesores incorporarán en la enseñanza material docente innovador con alto nivel tecnológico.

Como resumen se puede destacar que, por un lado, los estudiantes conocen muy bien la red social Tik Tok e, incluso, algunos de ellos son creadores de contenido audiovisual en esta plataforma. Por otro lado, los estudiantes tienen altas expectativas sobre el Tik Tok y su uso educativo y ven con buenos ojos cualquier material docente innovador utilizando nuevas tecnologías. La sociedad, las universidades y los docentes deberían reflexionar si ahora no es el momento para empezar a transformar poco a poco las clases magistrales a clases de contraste aprovechando el buen conocimiento que tienen los estudiantes en el ámbito de las nuevas tecnologías.

6. CONCLUSIONES

Como conclusiones se puede mencionar que se ha creado una cuenta en la red social Tik Tok. Los estudiantes han participado de forma activa en la creación de contenido audiovisual. Con el tiempo estaba creciendo de forma continua la cantidad de seguidores, me gustas y visualizaciones de los videos didácticos. Y, por último, que los estudiantes mostraron, mediante una encuesta, una relación muy positiva tanto con la plataforma Tik Tok como con el contenido educativo que se ha utilizado como material docente en paralelo con el material docente convencional (libros de texto y presentaciones en Power Point).

7. REFERENCIAS

- Blanco, A. (2021). Aprender desde la perspectiva de las ecologías: una experiencia en Secundaria a través del teatro y de Tiktok. *Educatio Siglo XXI: Revista de la Facultad de Educación*, 39(2), 169-190. <https://doi.org/10.6018/educatio.465551>
- Blasco Vela, A.T. (2021) Oportunidades y Retos para la Enseñanza de las Artes, la Educación Mediática y la Ética en la Era Postdigital, *La Experiencia de la Academia Fake Hunters. Educomunicación frente a la Posverdad y Fake News* (pp. 1524-1543). Dykinson S.L. ISBN 978-84-1377-594-4.
- Canuto, T. (2021) *Metodologías Activas con TIC en la Educación del Siglo XXI, Los Memes: La Revolución Educativa* (pp. 944-970). Dykinson S.L. ISBN 978-84-1377-592-0.

- Manchado Nieto, C. (2020) EDUNOVATIC2020, Internacionalizar en Casa Fomentando la Competencia Intercultural en la UEx (pp. 514-515). Adaya Press. ISBN 978-84-09-22967-3.
- Marín-Cepeda, S. (2021) Docencia, Ciencia y Humanidades: Hacia un Enseñanza Integral en la Universidad del Siglo XXI, El museo en TikTok (pp. 102-119). Dykinson S.L. ISBN 978-84-1377-320-9.
- Martí Climent, A. (2021) Metodologías Activas con TIC en la Educación del Siglo XXI, El Repertorio de Recursos Tecnológicos para la Docencia del Futuro Profesorado (pp. 2122-2147). Dykinson S.L. ISBN 978-84-1377-592-0.
- Martínez, F. (2021). *El libro de TikTok*. Social Business. ISBN: 978-84-415-4360-7
- Padilla Castillo, G. (2021). Luces en el Camino: Filosofía y Ciencias Sociales en Tiempos de Desconcierto, Publicidad de Medicamentos en Instagram. El Caso de las Toallitas Antibióticas (pp. 1141-1158). Dykinson S.L. ISBN 978-84-1377-322-3.
- Paverick, M. (2022). Video del temporizador de cuenta regresiva de 200 horas. You Tube. <https://bit.ly/39RL98U>
- Ribera Puchades, J.M. (2021) Medios Digitales y Metodologías Docentes, Cuatro Propuestas para la Implementación del Uso del Vídeo en la Docencia Universitaria (pp. 113-122). Adaya Press. ISBN 978-84-124511-0-8.
- Rosado Villaverde, C. (2021) Economía, Empresa y Justicia. Nuevos Retos para el Futuro, El Arte de Contar Historias. Un Nuevo Camino para Transmitir el Derecho (pp. 1778-1793). Dykinson S.L. ISBN 978-84-1377-326-1.
- Sánchez Lizcano, A. (2021). Oportunidades y Retos para la Enseñanza de las Artes, la Educación Mediática y la Ética en la Era Postdigital, Análisis del Comportamiento Postconfinamiento Respecto al Consumo de Contenidos Digitales de Niños Pre-Adolescentes y Jóvenes en el Hogar (pp. 1600-1619). Dykinson S.L. ISBN 978-84-1377-594-4.
- Solano Solano, M.C. (2020) EDUNOVATIC2020, El Uso del Móvil como Herramienta Didáctica en el Aula de ELE (pp. 1087-1090). Adaya Press. ISBN 978-84-09-22967-3.
- Solano Solano, M.C. (2021) Medios Digitales y Metodologías Docentes, El Móvil como Recurso Didáctico en el Aula de Secundaria (pp. 175-185). Adaya Press. ISBN 978-84-124511-0-8.
- Véliz, D. (2022). *Top 10: los tiktokers con más seguidores del mundo (2022)*. Marketing 4 commerce. <https://bit.ly/3zVU0RA>