

Universidad Miguel Hernández de Elche
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche
Titulación de Comunicación Audiovisual

Trabajo Fin de Grado
Curso Académico 2022-2023



Periodismo a través de Tiktok. Estudio de caso Abel Planelles.

Journalism trough tiktok. Case study Abel Planelles.

Alumno: Abel Planelles Jara

Tutor: Lorena Santos Maestre



A mi yaya Isabel.

Que sin tener tiktok, es mi mayor seguidora

INDICE

1. Introducción
2. Marco teórico
 - 2.1 Cómo nace Tiktok y por qué es una buena herramientas
 - 2.2 Redes sociales
 - 2.3 Redes sociales y periodismo
 - 2.4 Ventajas de utilizar las redes sociales de forma independiente para hacer periodismo
3. Justificación
4. Objetivos
5. Hipótesis
6. Metodología
7. Resultados
 - 7.1 Marca personal
 - 7.2 Seguidores
 - 7.3 Presencia en medios de comunicación
 - 7.4 Oportunidades laborales
 - 7.5 Monetización
 - 7.6 Búsqueda de fuentes
 - 7.7 Resultados Finales
8. Conclusión
9. Bibliografía

1. INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación han experimentado una transformación y adaptación sin precedentes en respuesta a la era digital. Esta era se caracteriza por la introducción de nuevas tecnologías de información y la expansión masiva de las redes sociales, creando un escenario completamente nuevo para el periodismo. En este contexto, surge el concepto de la Sociedad de la Información, una estructura social que ha revolucionado el comercio y la organización de la producción a escala global, permitiendo una comunicación instantánea, veloz, sin limitaciones de tiempo y a un costo reducido (según lo señalado por Manuel Castells en 1999).

La magnitud de esta transformación se hace evidente al examinar los datos proporcionados por el informe anual "Digital 2022" sobre redes sociales y tendencias digitales, elaborado por We Are Social. Según este informe, en enero de 2022, había 4.950 millones de usuarios de Internet en todo el mundo, lo que representa aproximadamente el 62,5% de la población global. Esto representa un aumento del 4% en comparación con el año anterior.

Las redes sociales se han convertido en los principales actores de esta nueva era digital y ocupan la mayor parte del tiempo dedicado por los usuarios conectados en 2021. Facebook continúa liderando la lista como la plataforma social más utilizada en el mundo, seguida de cerca por YouTube, cuyo crecimiento de usuarios supera al de Facebook. En tercer lugar se encuentra WhatsApp, seguido de Instagram, con un total de 85 millones de usuarios. Además, es notable destacar que TikTok experimentó un impresionante crecimiento del 7,3% en tan solo 90 días.

Estos datos revelan el poder y la influencia de las redes sociales en la sociedad actual, así como la necesidad imperante para los medios de comunicación de adaptar sus enfoques y estructuras narrativas para satisfacer las demandas de las nuevas tendencias digitales.

A modo de propuesta experimental, a principios de septiembre de 2022 se creó una cuenta en TikTok centrada en el periodismo de prensa rosa enfocada sobre todo en personajes de las redes sociales. Este proyecto tiene como objetivo analizar el crecimiento exponencial que ha experimentado dicha cuenta, así como identificar los factores clave para el éxito de un perfil con estas características.

Este trabajo de fin de grado se presenta como un estudio de caso que busca brindar claves comunicativas para lograr el establecimiento de una cuenta de TikTok con un alcance significativo en el ámbito del periodismo.

El objetivo principal de esta investigación es analizar en profundidad los elementos y estrategias que han contribuido al éxito de la cuenta de TikTok centrada en el periodismo de prensa rosa mencionada anteriormente. A partir de este análisis, se busca identificar las claves comunicativas y los factores determinantes que han permitido alcanzar un amplio alcance y una interacción significativa con la audiencia.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Cómo nace Tiktok y por qué es una buena herramienta

TikTok es una red social y aplicación de vídeo china que permite a los usuarios crear y compartir vídeos cortos, generalmente de 15 a 60 segundos de duración, aunque recientemente se ha incluido la opción de vídeos de hasta 10 minutos. La aplicación se lanzó en septiembre de 2016 bajo el nombre de Douyin, y en 2017, la empresa matriz de Douyin, ByteDance, adquirió la aplicación Musical.ly y la fusionó con Douyin para crear la aplicación que ahora se conoce como TikTok.

La popularidad de TikTok ha crecido rápidamente en todo el mundo, especialmente entre los jóvenes. Los usuarios pueden crear una variedad de vídeos, desde bailes y comedia hasta tutoriales y contenido educativo. ¿Pero cuál es el porqué de este éxito? Hay varias razones:

- **Contenido entretenido y diverso:** TikTok es una plataforma de vídeo que permite a los usuarios crear y compartir vídeos cortos, y ha demostrado ser un lugar donde la creatividad y la diversidad pueden florecer. Los usuarios pueden encontrar contenido divertido, emocionante, educativo y útil en una variedad de temas.
- **Enfoque en la comunidad y la interacción:** TikTok se centra en la creación de una comunidad en la que los usuarios puedan interactuar y conectarse entre sí a través de los vídeos. Los usuarios pueden seguir y conectarse con otros usuarios que comparten sus intereses y aficiones, y también pueden interactuar a través de comentarios y mensajes directos.
- **Algoritmo inteligente:** La plataforma utiliza un algoritmo inteligente que se adapta a las preferencias y hábitos de visualización de los usuarios, lo que significa que los usuarios ven más contenido que les gusta y es relevante para ellos. Esto ha ayudado a mantener a los usuarios comprometidos y atraídos por la plataforma.
- **Fácil de usar:** TikTok es fácil de usar y su interfaz es intuitiva, lo que la hace atractiva para una amplia variedad de usuarios, incluyendo aquellos que no están familiarizados con las redes sociales o la tecnología en general.
- **Influencers y celebridades:** TikTok ha sido adoptada por muchas celebridades e influencers, lo que ha ayudado a impulsar su popularidad y atraer a más usuarios a la plataforma.

Es una **buena herramienta** para ejercer el periodismo por su alcance masivo, TikTok cuenta con una enorme base de usuarios en todo el mundo, especialmente entre los jóvenes. Esto brinda a los periodistas la oportunidad de llegar a una audiencia diversa y global de una manera rápida y directa. TikTok fomenta la creatividad y la diversidad de contenido. Los periodistas pueden utilizar esta plataforma para presentar noticias y reportajes de una manera novedosa y atractiva. Pueden utilizar elementos visuales, música, efectos especiales y formatos de vídeo cortos para captar la atención de la audiencia y transmitir la información de manera efectiva. Además TikTok se basa en la

interacción y la participación de la comunidad. Los periodistas pueden aprovechar esta característica para involucrar a la audiencia en conversaciones, debates y desafíos relacionados con los temas que cubren. Esto no solo fomenta una mayor participación de los usuarios, sino que también permite a los periodistas obtener retroalimentación instantánea y comprender mejor las preocupaciones e intereses de su audiencia.

El algoritmo de TikTok se adapta a las preferencias de cada usuario, lo que significa que el contenido periodístico puede llegar a personas que tienen un interés específico en determinados temas. Esto ayuda a los periodistas a alcanzar a un público relevante y aumentar la visibilidad de su contenido.

2.2 Redes sociales

Las redes sociales han experimentado un crecimiento exponencial en los últimos años, transformándose en plataformas clave para la comunicación, interacción y una manera de compartir contenidos entre individuos y organizaciones. Estas plataformas se distinguen por su naturaleza inmediata e interactiva, permitiendo una comunicación directa entre los medios de comunicación y la sociedad en general.

El concepto de red social ha sido objeto de múltiples definiciones, pero en general se entiende como un espacio virtual que conecta a numerosos usuarios con el propósito de intercambiar información y contenidos, sin importar si uno es creador o consumidor, ya que cualquier individuo puede asumir ambos roles.

La Real Academia Española define red social como “Servicio de la sociedad de la información que ofrece a los usuarios una plataforma de comunicación a través de internet para que estos generen un perfil con sus datos personales, facilitando la creación de comunidades con base en criterios comunes y permitiendo la comunicación de sus usuarios, de modo que pueden interactuar mediante mensajes, compartir información, imágenes o vídeos, permitiendo que estas publicaciones sean accesibles de forma inmediata por todos los usuarios de su grupo.”

En el estudio realizado por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) sobre las Redes Sociales en Internet, se identifican dos tipos principales de redes sociales: las directas y las indirectas. Las redes sociales directas se caracterizan por la interacción inmediata entre grupos de usuarios que comparten contenidos y tienen control sobre la información que publican a través de perfiles personales, como ocurre en plataformas como Twitter o Instagram. Por otro lado, las redes sociales indirectas son espacios en línea donde no existe un perfil visible para el resto de los usuarios, pero hay individuos o grupos que controlan el contenido y los debates en torno a un tema específico, como sucede en los foros y los blogs.

En una clasificación propuesta por la autora Susana Soler-Pérez, las redes sociales también pueden ser categorizadas como horizontales o verticales. Las redes sociales horizontales se dirigen a una audiencia general sin un público objetivo ni una temática concreta, como Twitter o Facebook. En cambio, las redes sociales verticales agrupan a

los usuarios en torno a un tema específico, como LinkedIn, una red profesional, o YouTube, enfocada a compartir vídeos.

A pesar de las diversas formas de clasificar las redes sociales, todas ellas comparten características comunes. Destacan dos en particular: en primer lugar, el perfil personal de cada usuario en la red social, que permite visibilidad y la capacidad de compartir información con otros usuarios; en segundo lugar, los usuarios pueden crear una lista de contactos o seguidores que pueden acceder a la información que el usuario ha publicado (Soler-Pérez, 2017).

El origen de las primeras redes sociales se remonta a la década de los años ochenta, con el desarrollo del Bulletin Board System (BBC), un software que permitía a los usuarios comunicarse y descargar información mediante diferentes tipos de archivos. Otras empresas, como American On Line, también crearon sitios web que facilitaban la creación de perfiles y comunidades en línea (Hernando, 2012).

En la década de los 90, el uso de las tecnologías se expandió de manera imparable, y fue en 1997 cuando apareció la primera red social en la web llamada SixDegrees.com, según investigaciones realizadas por Boyd y Ellison en 2007.

A partir de ese momento, surgieron nuevas redes sociales de forma progresiva. En 1999, se creó AsianAvenue, seguida por BlackPlanet y MiGente en el año 2000, siendo esta última la primera dirigida específicamente a la comunidad hispana. Posteriormente, en 2003, se lanzó MySpace, que se volvió extremadamente popular entre los usuarios. Sin embargo, fue en 2004 cuando Facebook irrumpió en escena y en tan solo cuatro años logró expandirse globalmente, siendo traducida a 35 idiomas. Actualmente, según el informe Digital 2021 de We Are Social, se estima que existen alrededor de 4.200 millones de usuarios de redes sociales en todo el mundo, lo que representa aproximadamente el 53% de la población mundial.

Las redes sociales han transformado la forma en que nos comunicamos y compartimos información, creando un espacio virtual donde las personas pueden conectarse más allá de las barreras geográficas y establecer relaciones tanto personales como profesionales. Estas plataformas brindan la oportunidad de expresar ideas, opiniones, intereses y emociones de manera instantánea, fomentando la interacción y el intercambio de conocimientos entre los usuarios.

No obstante, el surgimiento de las redes sociales también ha planteado desafíos y preocupaciones en áreas como la privacidad, la veracidad de la información y el impacto en la salud mental. La gestión adecuada de la privacidad y la educación sobre el uso responsable de las redes sociales son aspectos cruciales en la actualidad.

Además, las redes sociales han tenido un impacto significativo en el ámbito de los medios de comunicación. Los medios tradicionales, como periódicos, revistas y televisión, han adaptado sus estrategias para incorporar las redes sociales como un canal adicional para difundir noticias y contenido. Esto ha permitido una comunicación

más directa y fluida entre los medios y la sociedad, ya que los usuarios pueden interactuar, comentar y compartir los contenidos que encuentran interesantes.

2.3 Redes sociales y periodismo

En las décadas de los ochenta y noventa, las redacciones experimentaron una importante transformación tecnológica al reemplazar sus máquinas de escribir por ordenadores. Este cambio les permitió dar un salto pocos años después hacia el mundo digital al instalar internet y crear sus propias páginas web. De esta manera, pudieron informar a sus lectores de manera más rápida y eficiente, sin las limitaciones de espacio y tiempo impuestas por los medios impresos.

Sin embargo, el panorama actual ha sufrido una nueva transformación. Gracias al avance de la tecnología, ahora es posible acceder a cualquier información a través de las redes sociales utilizando un ordenador o dispositivo móvil. Estas plataformas se han convertido en una fuente primordial de noticias e información para muchas personas, superando en ocasiones a los medios de comunicación tradicionales.

La inmediatez es una de las características distintivas de las redes sociales. En ocasiones, los usuarios reciben noticias importantes a través de sus teléfonos móviles antes de que los medios de comunicación las publiquen oficialmente. Esto ha generado un cambio en la forma en que nos mantenemos informados, ya que las redes sociales permiten compartir y difundir información de manera instantánea y a gran escala.

Además, las redes sociales han propiciado un nuevo modelo de interacción entre los usuarios y los medios de comunicación. Ahora, no es necesario consultar un medio digital específico para obtener noticias, sino que se puede acceder a ellas a través de las redes sociales, donde los usuarios comparten y comentan los acontecimientos en tiempo real. Esto ha generado un mayor nivel de participación y debate en torno a las noticias, ampliando así el alcance de la información y permitiendo que diferentes perspectivas sean escuchadas.

En los últimos años, Twitter ha adquirido un papel fundamental en la producción y difusión de noticias por parte de los periodistas. En España, fue el diario El País el pionero en unirse a esta plataforma en el año 2007, marcando así el inicio de una nueva era en la relación entre los medios de comunicación y las redes sociales. A medida que el potencial de Twitter se hizo evidente, otros medios importantes como El Mundo, ABC, La Vanguardia, La Razón, El Periódico y Ara se sumaron a la tendencia en los años siguientes.

Sin embargo, fue en la década de 2010 cuando el uso profesional de las redes sociales por parte de los periodistas se consolidó de manera significativa. Los periodistas comprendieron la importancia de estas plataformas en su trabajo y reconocieron que internet se había convertido en el pilar tecnológico y material de la sociedad de la información. En este contexto, las redes sociales se posicionaron como herramientas imprescindibles para el desarrollo de su profesión, ya que permiten superar las barreras de espacio y tiempo.

Es crucial que los periodistas sean conscientes del impacto y el potencial de las redes sociales en su labor. Estas plataformas no solo les brindan la oportunidad de estar al tanto de los últimos acontecimientos en tiempo real, sino que también les permiten interactuar con su audiencia de manera directa y establecer un diálogo abierto. Las redes sociales se han convertido en un canal fundamental para la promoción de contenidos y la generación de debates, lo que ha ampliado el alcance de las noticias y ha permitido una mayor participación ciudadana en el proceso informativo.

La prensa rosa ha experimentado una transformación significativa con la irrupción de las redes sociales en la sociedad actual. Estas plataformas digitales han cambiado la forma en que se informa y se consume información sobre celebridades y el mundo del espectáculo. Antes, el acceso a la vida personal de los famosos estaba más limitado y controlado por los medios de comunicación tradicionales, como revistas y programas de televisión especializados en la prensa del corazón. Sin embargo, con la popularización de los teléfonos móviles y el acceso generalizado a las redes sociales, el panorama ha cambiado drásticamente.

Hoy en día, los periodistas de prensa rosa tienen una nueva herramienta para obtener información y mantenerse en contacto con las celebridades: las redes sociales. A través de plataformas como Twitter, Instagram, Facebook y YouTube, los periodistas pueden seguir de cerca las actividades y vidas de los famosos, así como acceder a contenido exclusivo que ellos mismos publican.

Sin embargo, es importante destacar que el periodismo de corazón y famosos en las redes sociales también presenta desafíos y responsabilidades. La inmediatez y la falta de filtros pueden llevar a la difusión de rumores y noticias no verificadas. Los periodistas deben ser conscientes de la importancia de contrastar la información y mantener altos estándares de ética periodística, incluso en un entorno digital.

2.4 Ventajas de utilizar las redes sociales de forma independiente para hacer periodismo

Un graduado en periodismo, tienes la oportunidad de aprovechar las redes sociales para crear contenido informativo y dar a conocer tus habilidades como periodista, incluso si no estás trabajando en un medio de comunicación tradicional. Las redes sociales ofrecen un escenario accesible y global para compartir noticias y vídeos, permitiéndote llegar a un amplio público y establecer tu propia marca personal, como es el estudio de caso que vamos a estudiar.

- **Acceso a una audiencia global:** Las redes sociales te permiten alcanzar una amplia audiencia en todo el mundo. Puedes compartir tus vídeos o noticias escritas con personas de diferentes regiones geográficas, lo que te brinda la oportunidad de llegar a un público diverso y potencialmente expandir tu alcance.
- **Costo efectivo:** Crear contenido en redes sociales es una opción rentable en comparación con los medios de comunicación tradicionales. No requieres grandes inversiones en infraestructura o producción para comenzar. Con un

dispositivo móvil y una conexión a internet, puedes crear y compartir contenido de manera económica.

- **Libertad editorial:** Al crear tu propio contenido en las redes sociales, tienes la libertad de elegir los temas que deseas cubrir y cómo presentar la información. No estás limitado por las restricciones editoriales de un medio de comunicación, lo que te permite abordar temas de interés personal y expresarte libremente.
- **Interacción directa con la audiencia:** Las redes sociales facilitan la comunicación bidireccional entre los creadores de contenido y la audiencia. Puedes recibir comentarios, preguntas y retroalimentación directamente de tus seguidores, lo que te permite establecer una relación más cercana y fortalecer tu comunidad en línea.
- **Flexibilidad y agilidad:** Las redes sociales te brindan la capacidad de compartir noticias de manera rápida y oportuna. Puedes reaccionar a eventos en tiempo real y publicar actualizaciones de último minuto, lo que te permite mantener a tu audiencia informada de manera ágil y eficiente.
- **Oportunidad de construir tu marca personal:** Al utilizar las redes sociales, puedes desarrollar y fortalecer tu marca personal como periodista. Puedes establecer tu voz, estilo y enfoque distintivos, lo que te ayudará a diferenciarte y a ser reconocido dentro de la industria.
- **Aprendizaje continuo:** Al estar activo en las redes sociales, tienes acceso a una gran cantidad de información y contenido generado por otros profesionales de la industria. Puedes aprender de sus enfoques, técnicas y mejores prácticas, lo que te permite crecer y mejorar como periodista de manera continua.

3. JUSTIFICACIÓN

En el marco de mi trabajo de investigación, se ha tomado la decisión de crear una cuenta en la plataforma de TikTok con un enfoque periodístico. El propósito principal de esta iniciativa es investigar y evaluar las oportunidades que las redes sociales pueden brindar a los periodistas en la actualidad. Se busca principalmente obtener visibilidad, desarrollar una marca personal, explorar la posibilidad de monetización y establecerse como un profesional del periodismo de manera que la audiencia recurra a este canal como una fuente confiable de información.

Además, se ha optado por la creación de esta cuenta con el objetivo de poner en práctica los conocimientos adquiridos durante mi formación académica en el campo del periodismo. Sin depender de la colaboración con ningún medio de comunicación, esta iniciativa se presenta como una forma de emprendimiento que se basa en la confianza y la creencia en un proyecto personal propio.

En particular, se ha decidido apostar por el periodismo de prensa rosa con un enfoque centrado en el mundo de los influencers. Este nicho específico ha sido seleccionado debido a su escasa cobertura en los medios convencionales. Dado que los perfiles de los influencers son relativamente nuevos y su impacto en la sociedad es cada vez más relevante, los medios tradicionales apenas informan sobre ellos. Por lo tanto, se

considera una oportunidad oportuna y valiosa centrar la atención en este grupo, además de proporcionar noticias y comentarios sobre las celebridades más reconocidas.

Esta estrategia permitirá explorar la relación entre el periodismo, las redes sociales y la información relacionada con el mundo de los influencers y las celebridades. A través de la cuenta de TikTok, se buscará generar contenido atractivo y relevante, utilizando un enfoque periodístico riguroso y ético. Se llevará a cabo una investigación exhaustiva, basada en una recopilación y análisis cuidadosos de datos, noticias y tendencias en el ámbito de los influencers y el mundo del entretenimiento.

4. OBJETIVOS

Los objetivos del proyecto de creación de una cuenta en TikTok con un enfoque periodístico y centrado en el mundo de los influencers son los siguientes:

- **Investigación y evaluación:** El principal objetivo es realizar una investigación exhaustiva y una evaluación de las oportunidades que las redes sociales, específicamente TikTok, pueden ofrecer a los periodistas. Se busca comprender cómo estas plataformas pueden contribuir a la difusión de información, la construcción de una marca personal y el desarrollo de una audiencia comprometida.
- **Exposición y visibilidad:** Se pretende obtener visibilidad y exposición como periodista, utilizando la cuenta de TikTok como una plataforma para difundir contenido periodístico de calidad. El objetivo es alcanzar a una amplia audiencia y generar interés en el proyecto, consolidando así una presencia relevante en el ámbito digital.
- **Monetización:** Se explorará la posibilidad de monetizar el proyecto a través de acuerdos publicitarios, patrocinios u otras formas de generación de ingresos. El objetivo es convertir la cuenta de TikTok en una plataforma rentable y sostenible, permitiendo así una dedicación continua al periodismo en este contexto.
- **Emprendimiento:** La creación de esta cuenta en TikTok representa una forma de emprendimiento periodístico, donde se busca aprovechar las oportunidades y recursos disponibles en las redes sociales para desarrollar un proyecto personal. El objetivo es demostrar que es posible llevar a cabo una iniciativa periodística exitosa sin depender exclusivamente de los medios de comunicación tradicionales.
- **Encontrar nuevas fuentes e Interactuar directamente:** Aprovechar la naturaleza interactiva de las redes sociales para interactuar directamente con tus fuentes de información y encontrar nuevas personas que puedan nutrir de información. Puedes hacer preguntas, solicitar entrevistas o comentarios a través de mensajes directos, comentarios en publicaciones o incluso menciones públicas.

5. HIPÓTESIS

Si la información de la prensa rosa se aborda desde una perspectiva periodística, siendo consistente y siguiendo parámetros tanto éticos como de estilo, es posible crear un producto periodístico novedoso a través de TikTok que tenga un mayor alcance.

Al utilizar TikTok como plataforma para difundir información de la prensa rosa de manera periodística, se plantea la posibilidad de atraer a una audiencia más amplia y diversa. Si se logra generar contenido de calidad, respetando los principios éticos del periodismo y manteniendo un estilo atractivo y entretenido, es probable que se pueda captar la atención de usuarios que normalmente no se acercarían a este tipo de contenido.

La aplicación de una perspectiva periodística implica investigar, verificar y presentar la información de manera rigurosa y objetiva, evitando la difusión de rumores o noticias falsas. Esto contribuiría a construir una reputación de confiabilidad y credibilidad, lo cual a su vez aumentaría la probabilidad de que los usuarios recurran a esta cuenta de TikTok como una fuente confiable de noticias de la prensa rosa.

Además, al aprovechar las características de TikTok, como la capacidad de compartir contenido de manera rápida y la viralidad de los vídeos, existe la posibilidad de que las publicaciones sean compartidas y recomendadas por los usuarios, lo que podría incrementar aún más el alcance y la visibilidad del producto periodístico.

La idea principal de este proyecto consiste en utilizar el efecto de pantalla verde en TikTok para crear vídeos de noticias sobre influencers y famosos. Mediante este efecto, se puede superponer un documento gráfico relevante relacionado con la noticia mientras se narra la información de manera rápida y directa. El objetivo es ofrecer un formato ágil y dinámico que se adapte al estilo propio de TikTok y atraiga a una audiencia joven.

Este enfoque busca destacarse por su frescura y cercanía, evitando ser excesivamente formal o rígido en la presentación de las noticias. Se pretende transmitir la información de manera concisa y entretenida, sin dejar de lado la veracidad y la responsabilidad periodística. Ya sea que se cuente una noticia en exclusiva obtenida a través de fuentes confiables o se comente una noticia ya publicada en otros medios, el objetivo es captar la atención de los usuarios de TikTok y mantenerlos informados de manera rápida y eficiente.

La utilización del efecto de pantalla verde permite crear un ambiente visual atractivo, donde se puede contextualizar la noticia y resaltar los aspectos más relevantes. Además, al narrar la información en primera persona, se busca generar un mayor grado de conexión con la audiencia, ofreciendo una experiencia más personalizada.

El tono joven y desenfadado es una característica clave de este enfoque. Se busca evitar la rigidez propia de los formatos tradicionales de noticias, para acercarse al público objetivo de TikTok, compuesto principalmente por usuarios jóvenes y ávidos de

contenido fresco. La idea es que las noticias sean presentadas de manera accesible y amena, sin sacrificar la rigurosidad y el respeto a los principios éticos del periodismo.

A medida que avance la investigación, se tiene previsto comenzar a expandir el formato inicial de noticias en TikTok para incluir otro tipo de contenidos periodísticos. Una vez que la cuenta de TikTok haya adquirido cierta relevancia y haya captado la atención de una audiencia estable, se explorará la posibilidad de incorporar entrevistas y reportajes diseñados exclusivamente para este formato.

Las entrevistas permitirán establecer un contacto directo con personas relevantes en el ámbito de los influencers y famosos, brindando la oportunidad de obtener declaraciones exclusivas y ampliar la información disponible. Estas entrevistas se adaptarán al estilo propio de TikTok, siendo breves, dinámicas y enfocadas en los aspectos más interesantes y relevantes para la audiencia. El objetivo será capturar la esencia de la persona entrevistada y transmitir su personalidad de una manera fresca y atractiva.

Además, se planea desarrollar reportajes temáticos pensados exclusivamente para el formato de TikTok. Estos reportajes abordarán temas relevantes relacionados con el mundo de los influencers y famosos, explorando diferentes ángulos y perspectivas. Se buscará ofrecer información completa y entretenida, manteniendo la esencia juvenil y dinámica del formato.

La inclusión de entrevistas y reportajes en la cuenta de TikTok contribuirá a enriquecer el contenido y a brindar una experiencia más completa a la audiencia. Esto permitirá no solo informar sobre noticias de actualidad, sino también profundizar en temas relevantes y generar un mayor nivel de interacción con los seguidores.

Cabe destacar que, a lo largo del proceso de investigación, se mantendrá un enfoque constante en la experimentación y la adaptación a las preferencias y necesidades del público de TikTok. Se realizarán análisis periódicos de los resultados obtenidos y se evaluará la respuesta de la audiencia, con el fin de ajustar y mejorar continuamente el contenido ofrecido.

Además de la producción de contenidos en formato de vídeos pregrabados, se contempla la realización de emisiones en directo como parte de la estrategia de acercamiento a la audiencia. Estas emisiones en vivo permitirán establecer un contacto más cercano y directo con los seguidores, creando un ambiente interactivo y dinámico.

A través de la función de transmisiones en directo de TikTok, se podrá realizar sesiones de preguntas y respuestas, donde los seguidores podrán hacer preguntas sobre las noticias o los temas tratados en los vídeos. Esto no solo brindará la oportunidad de aclarar dudas y ampliar información, sino también de conocer las inquietudes y preferencias de la audiencia.

Durante las emisiones en directo, se podrá leer y responder a los comentarios de los seguidores, fomentando la participación y generando un diálogo interactivo. Esta interacción en tiempo real permitirá crear un sentido de comunidad entre los seguidores

y el creador de contenido, fortaleciendo el vínculo y generando mayor fidelidad hacia la cuenta.

Asimismo, se podrán realizar encuestas o sondeos en directo para conocer la opinión de la audiencia sobre ciertos temas o decisiones relacionadas con el contenido. Esto no solo brindará información valiosa para mejorar y adaptar el contenido, sino que también involucrará activamente a la audiencia en el proceso de creación.

Es importante resaltar que, a pesar de la inclusión de emisiones en directo y la interacción con la audiencia, el objetivo principal y central del proyecto sigue siendo la creación de vídeos explicativos en formato de TikTok. Estos vídeos representan el núcleo del contenido periodístico y se enfocan en transmitir noticias e información relevante de manera rápida, directa.

6. METODOLOGÍA

Para llevar a cabo este estudio de caso, se tomaron varias acciones clave para así lograr cumplir los objetivos asignados. En primer lugar, para realizar la investigación y evaluación se creó la cuenta en TikTok, y se procedió a elegir un nombre de usuario. Después de considerar diversas opciones, se decidió utilizar mi nombre personal, Abel Planelles, con el objetivo de construir una marca personal sólida y establecer una identidad profesional en la plataforma. Esta cuenta se concibió como un espacio personal con un enfoque profesional, relacionado específicamente con el campo del periodismo.

En cuanto al diseño visual de los videos, inicialmente se planteó la idea de utilizar un color específico o mantener una estética visual uniforme con portadas de video que incluyeran un pequeño titular. Sin embargo, después de un análisis exhaustivo, se llegó a la conclusión de que esta propuesta resultaba superficial y se optó por descartarla. En su lugar, se buscó enfocarse en la calidad del contenido y en la transmisión efectiva de la información.

Una de las características distintivas de los videos producidos es el uso del efecto de pantalla verde. Esta técnica permite superponer imágenes o videos relacionados con la noticia mientras se narra la información. A medida que el proyecto ha evolucionado, se ha avanzado en la edición de los videos, utilizando aplicaciones como Capcut, proporcionada por la misma empresa de TikTok. Esto ha permitido mejorar la calidad visual y la producción de los videos, añadiendo elementos como subtítulos, efectos de sonido y superposiciones, lo que contribuye a una experiencia más completa y atractiva para la audiencia.

Estas acciones han sido fundamentales para la consolidación y el crecimiento de la cuenta en TikTok. A través de la elección del nombre de usuario personal, la mejora progresiva en la edición de videos y el uso del efecto de pantalla verde, se ha buscado establecer una identidad propia y diferenciada en el ámbito del periodismo en redes sociales. Estos elementos, junto con el contenido informativo y el tono joven y directo

utilizado en los videos, han sido clave para captar la atención de la audiencia y construir una base sólida de seguidores.

Durante el período inicial de septiembre a noviembre, el dispositivo utilizado para la creación de contenido en TikTok fue el iPhone XR. Esta elección se basó en la disponibilidad del dispositivo y su capacidad para realizar grabaciones de video de calidad aceptable. A medida que el proyecto fue ganando tracción y se observó un crecimiento en la audiencia y la interacción, se consideró necesario invertir en un dispositivo de mayor calidad para mejorar aún más la producción de los videos.

Después de evaluar diferentes opciones y considerando las necesidades específicas del proyecto, se decidió adquirir el iPhone 14 Pro. Este dispositivo ofrece una serie de ventajas y características avanzadas, como una mejor calidad de video, mayor capacidad de almacenamiento y un rendimiento general más potente. Estas mejoras técnicas permiten capturar imágenes y grabar videos con una calidad aún más destacada, lo que contribuye a una experiencia de visualización más atractiva para la audiencia.

Para ganar exposición y visibilidad, es fundamental crear contenido relevante y atractivo para tu audiencia. Se investigaron las tendencias y temas populares en TikTok relacionados con la información periodística y los influencers. Y se adaptaron el contenido a un formato rápido, directo y con un tono juvenil será clave para captar la atención de los usuarios.

El uso estratégico de hashtags es otra táctica efectiva para aumentar la visibilidad de tus videos. Se investigó cuáles son los hashtags más utilizados en el ámbito de la prensa rosa y los influencers, y se usaron de manera adecuada en las publicaciones para alcanzar a un público más amplio.

Además la interacción con la audiencia es fundamental para construir una comunidad sólida en TikTok. Responder a los comentarios de tus seguidores, interactuar con otros usuarios y participa en la sección de comentarios de videos relacionados. Esta interacción demuestra tu compromiso y ayuda a fomentar la lealtad y el compromiso de tu audiencia.

Para monetizar el proyecto, durante el transcurso de octubre y noviembre, se exploró la opción de monetizar la cuenta de TikTok a través del programa de recompensas de la plataforma. Después de alcanzar la marca de los 10.000 seguidores, se obtuvo la oportunidad de recibir pagos basados en las reproducciones de los videos.

Inicialmente, esta forma de monetización parecía prometedora, ya que representaba una forma potencial de obtener beneficios económicos a través del contenido generado en TikTok. Sin embargo, a medida que se llevó a cabo esta estrategia se comenzó a notar ciertas limitaciones.

En lugar de depender únicamente de la monetización a través de TikTok, se exploraron otras formas de generar ingresos, como la búsqueda de patrocinios o colaboraciones

con marcas relevantes para el ámbito de los influencers y famosos. Esta estrategia permitiría mantener la integridad del contenido y asegurar que el enfoque principal siguiera siendo la entrega de noticias y entretenimiento de manera efectiva y atractiva.

Uno de los grandes desafíos que se presentaron en este proyecto fue la obtención de fuentes confiables y la búsqueda de información exclusiva para ofrecer contenido relevante y diferenciado. En el contexto del periodismo de influencers y famosos, acceder a noticias exclusivas puede marcar la diferencia en la calidad y el impacto del contenido producido.

Las redes sociales se convirtieron en una herramienta fundamental para abordar este reto. A medida que la cuenta de TikTok ganaba seguidores y se incrementaba la exposición, se esperaba establecer una conexión más sólida con la audiencia y generar un mayor nivel de confianza. Llegando a personas relevantes dentro del ámbito de los influencers y famosos y hacer que se sientan más inclinadas a compartir información exclusiva o a brindar detalles adicionales sobre noticias ya publicadas en otros medios.

Además, las redes sociales también sirven como una plataforma para descubrir y seguir a otras fuentes relevantes, como periodistas especializados, medios de comunicación o expertos en el campo de los influencers y famosos. Estas conexiones proporcionaron una vía adicional para acceder a información exclusiva y mantenerse al tanto de las últimas novedades en el ámbito de interés.

La creación y gestión de esta cuenta en TikTok, basada en la producción de contenido periodístico, representa un verdadero emprendimiento. Para llevar a cabo este proyecto, he tenido que seguir una metodología que incluye una cuidadosa planificación estratégica, investigación exhaustiva, desarrollo de contenido de calidad y construcción de una sólida marca personal. Además, hemos implementado estrategias de promoción y difusión para ganar visibilidad y atraer seguidores. Todo este proceso ha requerido un enfoque emprendedor, que se ha reflejado incluso en aspectos administrativos, como darse de alta como autónomo para poder monetizar y gestionar el proyecto de manera independiente.

7. RESULTADOS

En el marco de este estudio de caso, se han llevado a cabo una serie de acciones y estrategias para desarrollar un emprendimiento periodístico exitoso en la plataforma TikTok. Estas acciones incluyeron la creación de una cuenta personal con un enfoque profesional, la mejora progresiva en la producción y edición de videos, la búsqueda de fuentes confiables y la interacción con la audiencia. Como resultado de estas iniciativas, se logró obtener una sólida base de seguidores, generar contenido relevante y atractivo, así como acceder a información exclusiva en el ámbito de los influencers y famosos entre otros. A continuación, se presentarán los resultados detallados de esta investigación, destacando los logros alcanzados y las lecciones aprendidas en el proceso de emprender en el ámbito del periodismo en redes sociales.

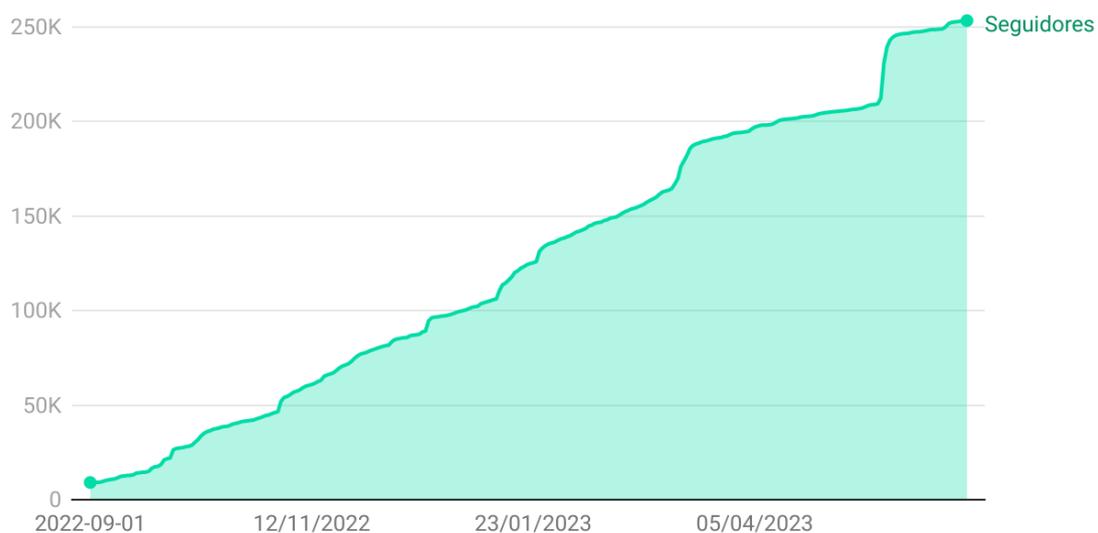
7.1 Marca personal

Uno de los resultados más destacados de este estudio de caso es el impacto positivo de utilizar mi nombre como marca personal en la cuenta de TikTok. Esta estrategia ha permitido generar un alto nivel de reconocimiento y familiaridad entre los seguidores y la audiencia en general. Como consecuencia, en eventos y otras intervenciones, las personas me reconocen fácilmente y se acercan con confianza y familiaridad. Este factor ha sido clave para construir una conexión sólida con la audiencia y posicionar la cuenta como una referencia en el ámbito del periodismo en redes sociales. La visibilidad y la reputación generadas a través de esta estrategia han contribuido significativamente al crecimiento y éxito del proyecto emprendido.

7.2 Seguidores

Otro de los logros más destacados de este estudio de caso es el crecimiento de la cuenta en TikTok en un período de menos de 9 meses. A pesar de comenzar desde cero, se ha alcanzado la impresionante cifra de 253,600 seguidores. Este crecimiento ha sido resultado de una estrategia consistente y dedicada, así como de la creación de contenido relevante y atractivo para la audiencia. Aunque el crecimiento ha sido gradual en su mayoría, ha habido momentos en los que algunos videos se han vuelto virales, generando un aumento significativo en el número de seguidores. Estos momentos de viralidad han contribuido aún más al crecimiento de la cuenta y a la consolidación de una audiencia comprometida y participativa. Este logro demuestra el impacto y la relevancia del contenido periodístico abordado desde una perspectiva fresca y adaptada a la plataforma de TikTok.

Crecimiento de seguidores desde el principio de la investigación (01-09-2022) hasta (12-06-2023)



Fuente: Tiktok Analytics

Chart: Abel Planelles • Created with Datawrapper

En los primeros días, el crecimiento fue relativamente estable, con aumentos diarios en el rango de decenas. Sin embargo, a medida que pasaba el tiempo, el crecimiento se aceleró, especialmente a partir de septiembre de 2022. En octubre de 2022, la cuenta alcanzó los 27,333 seguidores, lo que representa un aumento considerable en comparación con el inicio.

A partir de ese punto, el crecimiento continuó en ascenso y se volvió aún más pronunciado. Durante noviembre de 2022, logro superar la marca de los 60,000 seguidores. En diciembre de 2022, alcanzo los 100,000 seguidores, lo que indica un crecimiento acelerado y un mayor reconocimiento del contenido.

A medida que avanzaba el tiempo, el crecimiento se mantuvo sólido y constante. A principios de 2023, la cuenta superó los 150,000 seguidores y siguió en aumento. A partir de marzo de 2023, el crecimiento destaca, con un aumento notable en el número de seguidores, coincidiendo con la entrega de los premios ídolo, donde realicé el primer reportaje de la cuenta cubriendo el evento.

A mediados de marzo de 2023, se alcanza los 180,000 seguidores, y para finales de marzo, ya se tiene más de 190,000 seguidores. A partir de ese punto, el crecimiento continuó de manera constante, superando la marca de los 200,000 seguidores en abril de 2023.

El crecimiento de la cuenta continuó hasta mayo de 2023, cuando alcancé los 250,000 seguidores. El día final de la investigación, el 14 de junio, la cuenta tiene 253.700 seguidores.

El aumento gradual en los primeros meses se transformó en un crecimiento exponencial, especialmente a partir de finales de 2022 y principios de 2023. El contenido ha logrado captar la atención de la audiencia y generar un interés continuo en el perfil, lo que se refleja en el aumento significativo de seguidores.

7.3 Presencia en medios de comunicación

El presente escenario evidencia un logro de gran relevancia: Como consecuencia del impacto y la trascendencia de mi cuenta de TikTok ha captado la atención de los medios de comunicación más prominentes del país. Este hito representa un reconocimiento significativo, señalando la influencia y la importancia del contenido que comparto en la plataforma.

La inclusión de mis noticias y el contenido difundido en mi perfil por parte de los periódicos, revistas y canales de televisión más destacados del país refleja el interés que mis publicaciones generan y la credibilidad que se les atribuye. Estos hechos indican el establecimiento de una sólida reputación en mi área, que era uno de los objetivos, así como la consideración de mi contenido como una fuente confiable de información para el público en general.

Esto ha abierto oportunidades de colaboración, patrocinio o incluso el desarrollo de mi propia marca personal, ya que los medios han buscado obtener mis opiniones, comentarios e incluso realizar entrevistas sobre temas relevantes que trato en mi perfil. Esta exposición mediática hace ampliar aún más mi alcance y atraer a nuevos seguidores interesados en mi contenido.

7.4 Oportunidades laborales

Gracias al proyecto y el éxito alcanzado en mi cuenta de TikTok, se me han presentado diversas oportunidades laborales que han contribuido a mi crecimiento profesional. Destaca en primer lugar el contacto de la revista Lecturas, quienes me ofrecieron la posibilidad de tener una sección en su cuenta de TikTok. Esta colaboración no solo me permitió ampliar mi audiencia y alcanzar a un nuevo público, sino que también me brindaron la oportunidad de escribir para la página web de la revista, lo cual significó una excelente oportunidad para desarrollar mi habilidad como redactor.

Además, la revista Marie Claire también se interesó en mi trabajo y me ofreció la oportunidad de colaborar como redactor. En este medio escribo 15 artículos semanales.

En el sector audiovisual, dos de las cadenas más importantes del país, Atresmedia y Mediaset, también me brindaron oportunidades laborales. En Atresmedia, tuve la oportunidad de colaborar en el programa "Las Uñas", presentado por Sindy Takanashi, que ha estado en emisión durante siete temporadas en la plataforma de streaming Atresplayer. Esta experiencia me permitió adentrarme en el mundo de la televisión y trabajar en un programa consolidado y reconocido.

Por otro lado, en Mediaset fui colaborador en un videopodcast llamado "En todas las salsas". Esta oportunidad me brindó la posibilidad de compartir mis conocimientos y opiniones en un formato audiovisual, alcanzando a una amplia audiencia a través de la plataforma de Mediaset España.

En resumen, el proyecto en mi cuenta de TikTok ha abierto puertas y generado oportunidades laborales significativas. Gracias a las colaboraciones con revistas como Lecturas y Marie Claire, así como las oportunidades en el sector audiovisual con Atresmedia y Mediaset, he podido expandir mi experiencia y conocimientos en distintos ámbitos, fortaleciendo mi perfil profesional y abriendo nuevas perspectivas en mi carrera.

7.5 Monetización

Durante la investigación se buscaba generar ingresos, la primera opción fue la monetización de la plataforma de Tiktok.

La monetización en TikTok se basa principalmente en el programa de creadores de contenido, donde los usuarios elegibles tienen la posibilidad de generar ingresos a según las visitas que tenga tu contenido.

En primer lugar, se observó una disminución en el alcance orgánico de los videos. Esto se debía a que, al estar incluido en el programa de monetización, la plataforma parecía mostrar los videos a menos personas en comparación con cuando no se formaba parte del programa. Esto implicaba que el contenido llegaba a una audiencia más reducida, lo cual era contraproducente para el objetivo de aumentar la visibilidad y el alcance de la cuenta.

Además, se notó que el enfoque en la monetización afectaba la calidad y la creatividad de los contenidos. Al estar más centrados en obtener reproducciones y generar ingresos, se corrió el riesgo de perder la esencia y la autenticidad que habían caracterizado al proyecto desde el principio. Esto se reflejaba en un menor grado de experimentación y originalidad en los videos, lo cual no era beneficioso para mantener el interés de la audiencia y atraer nuevos seguidores.

Finalmente se opta por desactivar la monetización del canal, por que además se descubrió que establecer colaboraciones con marcas brindaba mayores oportunidades de generación de ingresos. Al asociarse con marcas relevantes, se pudo aprovechar su audiencia y alcance para promocionar productos o servicios a través de contenido patrocinado. Esta estrategia permitió obtener ingresos tanto a través de acuerdos de patrocinio directos como de campañas publicitarias pagadas.

Además, los trabajos en medios desempeñaron un papel fundamental en la generación de ingresos durante la investigación. La colaboración con revistas como Lecturas y Marie Claire, así como la participación en el podcast "En todas las salsas" de Mediaset España y el programa "Las Uñas", proporcionaron oportunidades adicionales para monetizar la cuenta. Estos medios ofrecieron espacios publicitarios, participaciones pagadas y entrevistas, lo que contribuyó significativamente a los ingresos generados.

Al enfocarse en colaboraciones con marcas y trabajos en medios, se pudo mantener un mayor grado de creatividad y calidad en los contenidos. A diferencia de la monetización en TikTok.

7.6 Búsqueda de fuentes

Toda la repercusión y oportunidades que se me estaban brindando, también me dio la posibilidad de establecer contacto con fuentes clave en diferentes ámbitos. A medida que mi audiencia crecía, pude acceder a influencers reconocidos, sus representantes y personas cercanas a ellos. A través de mensajes directos, comentarios e incluso colaboraciones específicas, se estableció un diálogo directo que resultó invaluable para obtener información de primera mano.

Este acceso a fuentes clave me permitió obtener datos exclusivos, noticias relevantes y perspectivas únicas sobre diversos temas. Pude obtener declaraciones directas de personas involucradas en situaciones relevantes, lo cual aportó un valor adicional a mis contenidos y generó mayor credibilidad entre mi audiencia.

Además, a medida que mi cuenta se volvía más conocida, recibía mensajes de usuarios anónimos en las redes sociales. Estos usuarios me enviaban fotos, videos o relatos sobre eventos o situaciones que habían presenciado. Sin embargo, era consciente de la importancia de verificar la veracidad de esta información, ya que no podía creer todo lo que se me enviaba. La responsabilidad de filtrar y corroborar la información recaía en mí, para garantizar que solo compartiera contenido verificado y confiable con mi audiencia.

Es importante mencionar que, a medida que la cuenta de TikTok crecía en popularidad y ganaba influencia, se establecieron ciertos protocolos y normas éticas para el manejo de las fuentes. Se garantizó la confidencialidad de las fuentes y se respetó su privacidad y seguridad. La verificación y la corroboración de la información obtenida también se convirtieron en un aspecto crucial para mantener la credibilidad y la integridad del contenido producido.

7. 7 Resultados finales

Los resultados de toda la investigación han sido:

- Aumento significativo de visibilidad y alcance en las redes sociales.
- Generación de ingresos a través de colaboraciones con marcas y medios de comunicación.
- Oportunidades laborales en el campo de los medios de comunicación, incluyendo colaboraciones con revistas, programas de televisión y plataformas digitales.
- Acceso a fuentes clave y obtención de información de primera mano.
- Interacción directa con la audiencia y recepción de contenido relevante de usuarios anónimos.
- Desarrollo de habilidades de producción de contenido audiovisual y mejora de la calidad de los videos.
- Establecimiento de relaciones profesionales y networking en la industria de los medios.
- Incremento de seguidores y crecimiento de la comunidad en las redes sociales.
- Reconocimiento y menciones en medios de comunicación de renombre.
- Adquisición de conocimientos y experiencia en el ámbito de las redes sociales y la generación de contenido.

Estos resultados son el fruto de un trabajo constante, estratégico y enfocado en la creación de contenido de calidad, la interacción con la audiencia y el establecimiento de colaboraciones profesionales.

8. Conclusión

la investigación realizada ha arrojado resultados significativos que destacan las ventajas y los beneficios de apostar por un proyecto en redes sociales. Una de las principales

ventajas radica en la amplia visibilidad y el alcance masivo que se puede lograr a través de plataformas como TikTok. La capacidad de llegar a una audiencia diversa y global proporciona una oportunidad única para difundir mensajes, promover ideas y establecer conexiones con personas de todo el mundo.

es importante destacar el papel cada vez más relevante que desempeña el periodismo en las redes sociales. La plataforma de TikTok, junto con otras redes sociales, ha demostrado ser un espacio propicio para la difusión de información y la generación de contenido periodístico. La posibilidad de compartir noticias, investigaciones y análisis de manera rápida y accesible ha transformado la forma en que se consume y se distribuye la información.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que el periodismo en redes sociales también enfrenta desafíos y responsabilidades. La veracidad de la información, la ética periodística y el cuidado en la selección de fuentes son aspectos cruciales que deben ser considerados y priorizados en este entorno digital. La capacidad de difundir información rápidamente también implica la necesidad de verificar los hechos y evitar la propagación de noticias falsas o desinformación.

Además, la investigación revela que el enfoque en la monetización puede generar ingresos sustanciales a través de colaboraciones con marcas y medios de comunicación, y que las redes sociales pueden abrir puertas a oportunidades laborales y generar una fuente de ingresos estable. La colaboración con revistas reconocidas como Lecturas y Marie Claire, así como la participación en programas de televisión y podcasts como "Las Uñas" y "En todas las salsas", demuestran cómo un proyecto en redes sociales puede impulsar la carrera profesional y generar reconocimiento en el sector de los medios de comunicación.

En términos de resultados, la investigación evidencia un crecimiento significativo en seguidores y la consolidación de una marca personal. El proyecto ha logrado posicionarse en medios de comunicación reconocidos. Asimismo, el desarrollo de habilidades en la producción de contenido audiovisual ha sido una consecuencia positiva de la investigación, lo cual contribuye a la adquisición de competencias relevantes en el mundo digital y el campo de los medios.

personalmente, esta investigación y proyecto en redes sociales ha sido una experiencia increíblemente gratificante y enriquecedora. He tenido la oportunidad de vivir momentos únicos, como asistir a eventos exclusivos y conocer a personas apasionantes dentro de la industria. Además, el proyecto me ha brindado la posibilidad de generar ingresos y ha sido sumamente divertido interactuar con la audiencia y la comunidad en línea.

Aunque la investigación haya llegado a su fin, este proyecto se ha convertido en algo más que eso: se ha convertido en mi proyecto personal y de futuro. La pasión y el entusiasmo que he experimentado al compartir contenido relevante y construir una

comunidad comprometida en las redes sociales no desaparecerán. Seguiré trabajando en él, explorando nuevas formas de ofrecer información y entretenimiento de calidad, y contribuyendo al campo del periodismo en redes sociales.

Estoy agradecido por las oportunidades y los aprendizajes que he obtenido a lo largo de este proyecto. Me ha permitido crecer como profesional y como individuo, desarrollando habilidades en el ámbito digital y fortaleciendo mi capacidad de comunicación. Más allá de los resultados económicos, la satisfacción personal de haber creado un proyecto exitoso y haber conectado con una audiencia comprometida es invaluable.

En definitiva, esta investigación y proyecto en redes sociales ha sido un viaje emocionante, lleno de descubrimientos y logros. Estoy emocionado por continuar esta travesía y seguir compartiendo contenido relevante, interactuando con la audiencia y construyendo un futuro prometedor en el campo del periodismo en redes sociales.



9. BIBLIOGRAFÍA

Sanz Naranjo, S. (2022). *TikTok, la nueva herramienta para hacer periodismo: El Mundo, The Washington Post y Ac2ality*.

Española, R. A. (1999). *Real academia española*.

Arrieta-Castillo, C., & Rubio-Jordán, A. (2023). *Periodismo de verificación en formato vertical: narrativas multimedia de los verificadores en TikTok*. *Ámbitos*, 13-32. <https://doi.org/10.12795/ambitos.2023.i60.01>

Gobierno Muñoz De Bustillo, N., & Expósito Tejón, A. (2021). *Periodismo en TikTok: estudio de casos de los medios de comunicación españoles*.

Pérez, M. M., & Prieto, M. C. (2023). *Periodismo en TikTok: estudio comparativo de los casos de El Mundo, Cadena SER, Maldito Bulo, Ac2ality y Freeda Media*. *SIGNUM: Revista Internacional de Investigación en Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales*, 2(1).

Bautista, P. S., López, N. A., & Giacomelli, F. (2021). *Espacios de verificación en TikTok. Comunicación y formas narrativas para combatir la desinformación*. *Revista latina de comunicación social*, (79), 87-113.

Alonso López, N., Forteza-Martínez, A., & Apablaza-Campos, A. (2023). Monográfico: "La red social TikTok y los vídeos cortos como espacio de comunicación e innovación narrativa". *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, 60, 10-11.

Trujillo Benites, M. Y. *La adaptación de los medios de comunicación tradicionales a las nuevas tecnologías: Caso TikTok*.

Redacción, & Redacción. (2023). *TikTok y los medios de comunicación: "infoentretener" para llegar a nuevos públicos*. *Aragón Digital*. <https://aragondigital.es/huesca/2023/03/16/tiktok-y-los-medios-de-comunicacion-infoentretener-para-llegar-a-nuevos-publicos/>

PuroMarketing. (2023, 15 febrero). *Las redes sociales arrasan a las apps de comunicación: TikTok triplica en tiempo de uso a WhatsApp en 2022*. PuroMarketing. <https://www.puromarketing.com/16/211479/redes-sociales-arrasan-apps-comunicacion-tiktok-triplica-tiempo>

Ser éticos, utilizar las redes sociales y el podcast, indispensables para innovar el periodismo digital | Universidad de Guadalajara. (s. f.). <https://www.udg.mx/es/noticia/ser-eticos-utilizar-las-redes-sociales-y-el-podcast-indispensables-para-innovar-el>

Boluda, E. (2023, 18 marzo). *¿Quién es Abel Planelles? El tiktokker que está detrás de todos los salseos*. Look. <https://okdiario.com/look/actualidad/abel-planelles-tiktokker-salseo-1678636>

