

TENDENCIAS Y EFECTIVIDAD DEL PERIODISMO EN TIKTOK Caso de éxito Abel Planelles

Patricia de Mateo Bodegas

RESUMEN: Este trabajo examina cómo el periodismo se está adaptando a la plataforma de TikTok, demostrando su impacto en la comunicación digital y cómo los periodistas alcanzan a audiencias jóvenes. Se analizan casos como el de Abel Planelles para comprender la intersección entre el periodismo de entretenimiento y las redes sociales, abordando oportunidades, desafíos y la importancia de adaptar estrategias para conectar con la audiencia de TikTok.

PALABRAS CLAVE: Periodismo, TikTok, Abel Planelles, Tendencias, Redes Sociales

Trabajo de Fin de Grado - Curso 2023-2024
Convocatoria: Marzo
Tutora: Prof. Raquel Vinader Segura
Grado: 5ª
Campus de Madrid
Universidad Rey Juan Carlos

ÍNDICE

1. <u>INTRODUCCIÓN</u>	4
1.1. Justificación	
1.2. Objetivos	
1.2.1. <i>Objetivo general</i>	
1.2.2. <i>Objetivos específicos</i>	
2. <u>MARCO TEÓRICO</u>	6
2.1. Desafíos del Periodismo en las Redes Sociales	
2.2. Redes Sociales más Importantes en España	
2.3. Cómo se Consume el Periodismo en Redes Sociales	
2.4. Consumo del Periodismo en TikTok	
2.5. Tipos de contenido y técnicas efectivas en TikTok para atraer y mantener la atención de la audiencia (en cuanto a noticias/formas de periodismo)	
2.6. Impacto de TikTok como canal de noticias y su capacidad para combatir noticias falsas y desinformación	
2.6.1. <i>Importancia de TikTok en el panorama mediático actual</i>	
2.6.2. <i>Evolución del periodismo en plataformas digitales y redes sociales</i>	
2.6.3. <i>Influencia creciente de TikTok en la difusión de noticias y su impacto en la sociedad</i>	
3. <u>MARCO CONTEXTUAL</u>	19
3.1. Caso de éxito de Abel Planelles. Análisis de sus estrategias de contenido de TikTok.	
3.2. Análisis del engagement de Abel Planelles y su impacto en otros medios.	
4. <u>MARCO METODOLÓGICO</u>	23
4.1. Diseño de la investigación	
4.2. Características del instrumento	
4.3. Resultados	
4.3.1. <i>Selección y Verificación de Noticias</i>	
4.3.2. <i>Desafíos y Estrategias</i>	

4.3.3. *Interacción con la Audiencia*

4.3.4. *Percepciones de Credibilidad*

4.3.5. *Impacto y futuro del Periodismo en TikTok*

4.4. Discusión

5. CONCLUSIONES 33

5.1. Conclusiones Generales

5.2. Importancia de la Verificación de Información

5.3. Estrategias de Engagement y Narrativa

5.4. Limitaciones del estudio

5.5. Futuras líneas de investigación

6. BIBLIOGRAFÍA 39

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, TikTok ha emergido como una fuerza disruptiva en el panorama mediático, redefiniendo la manera en que consumimos y compartimos información. Esta introducción explora cómo el periodismo ha evolucionado para adaptarse a plataformas digitales como TikTok, un espacio donde la inmediatez y el formato visual reinan. Analizaremos el impacto significativo de TikTok en el periodismo, destacando cómo los periodistas están utilizando esta plataforma para alcanzar a audiencias más jóvenes y diversas.

El foco de nuestro estudio incluye casos como el de Abel Planelles, quien personifica la intersección entre el periodismo de entretenimiento y las redes sociales. Esta investigación subraya la importancia de comprender el papel de TikTok en la configuración del futuro del periodismo, un campo en constante adaptación debido a las cambiantes dinámicas de la comunicación digital.

El presente proyecto académico se enfoca en explorar el impacto de TikTok en el campo del periodismo, una plataforma que se ha convertido en un fenómeno global, particularmente entre las audiencias más jóvenes. Esta investigación aborda tanto las oportunidades como los desafíos que TikTok presenta para el periodismo moderno, analizando cómo esta herramienta digital puede ser integrada efectivamente en las prácticas periodísticas.

TikTok, conocido por su contenido dinámico y su base de usuarios mayoritariamente joven, presenta un desafío singular para el periodismo. Los profesionales del sector deben considerar cómo adaptar sus estrategias de comunicación a una plataforma caracterizada por contenidos cortos e interactivos. Además, hay preocupaciones en torno a la propiedad de la aplicación por parte de China, lo que plantea preguntas sobre la privacidad de los datos y la vigilancia gubernamental. Estas cuestiones resaltan la importancia de una reflexión profunda sobre la interacción entre el periodismo y las plataformas tecnológicas en términos de seguridad y ética.

En un mundo digital que evoluciona rápidamente, los problemas de desinformación y la necesidad de verificar las noticias son más relevantes que nunca. Las redes sociales, incluyendo plataformas como TikTok, han amplificado

la difusión de información falsa o engañosa. Este fenómeno complica la tarea de los periodistas, quienes deben luchar contra la propagación de las "fake news" y, al mismo tiempo, adaptar sus métodos de verificación de hechos para ser eficaces en este nuevo entorno digital.

Adaptarse a las características únicas de TikTok es esencial para los periodistas que desean utilizar esta plataforma de manera efectiva. Dado su enfoque en contenidos breves, visuales e interactivos, los periodistas deben desarrollar habilidades para crear narrativas atractivas que se ajusten a este estilo dinámico. Entender y conectarse con la audiencia joven de TikTok es crucial, y los periodistas deben ser conscientes de los desafíos éticos y de privacidad asociados con la plataforma.

1.1. Justificación

Este estudio investiga la trascendental transformación del periodismo en la era de TikTok, una plataforma que, según Hendrickx (2023), ha atraído a medios tradicionales, reconfigurando las prácticas periodísticas en el mundo digital. Se analiza la naturaleza y el alcance del contenido en TikTok y su audiencia, destacando cómo la plataforma se ha convertido en un espacio informativo clave para los jóvenes. Arrieta Castillo y Rubio Jordán (2023) resaltan el uso de TikTok por agencias de fact-checking para combatir la desinformación. Vázquez-Herrero et al. (2021) ilustran la incorporación de TikTok en las estrategias de comunicación de medios tradicionales para conectar con audiencias jóvenes.

Esta investigación es vital para comprender cómo TikTok está redefiniendo la difusión de noticias, su impacto en la sociedad y los retos éticos y de credibilidad en el periodismo digital.

1.2. Objetivos

1.1.1. Objetivo general

Evaluar cómo un medio de comunicación reconocido ha adaptado sus estrategias periodísticas a TikTok. Estudio de caso A. Planelles.

1.1.2. Objetivos específicos

- Examinar la naturaleza y características de TikTok, incluyendo su algoritmo, audiencia y tipo de contenido, para entender su impacto en el periodismo digital.
- Identificar y analizar diferentes tipos de contenido periodístico en TikTok, destacando las estrategias que han resultado en un mayor engagement y éxito.
- Evaluar los desafíos y oportunidades que TikTok presenta para el periodismo, con un enfoque en la verificación de información y la lucha contra la desinformación.
- Estudiar en profundidad el caso de Abel Planelles, analizando sus métodos y técnicas para entender qué aspectos contribuyen a su éxito en TikTok.
- Investigar cómo la interacción con la audiencia en TikTok influye en la construcción de la credibilidad y la reputación de los periodistas y medios de comunicación.
- Analizar el impacto de la narrativa visual y el storytelling en TikTok en la presentación de noticias, enfocándose en cómo estos elementos pueden ser utilizados para mejorar la comprensión y el interés del público en temas complejos o de actualidad.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Desafíos del Periodismo en las Redes Sociales

El periodismo en la era de las redes sociales enfrenta desafíos únicos y complejos, marcados por una transformación constante en la forma en que se produce, distribuye y consume la información. La adaptación a estas plataformas digitales, particularmente a las redes sociales, ha llevado a los medios de comunicación a navegar en un terreno lleno de oportunidades y retos significativos.

1. Mantenimiento de la Credibilidad y la Veracidad

Uno de los desafíos más críticos es mantener la credibilidad y la veracidad en un entorno propenso a la desinformación y las noticias falsas. Como señalan Lazer et al. (2018), las redes sociales han facilitado la difusión de información errónea,

lo que plantea serias preocupaciones sobre la integridad del contenido periodístico. La rápida circulación de noticias en estas plataformas a menudo sacrifica la precisión por la inmediatez, presionando a los periodistas a publicar rápidamente, a veces a expensas de un chequeo exhaustivo de los hechos.

2. Adaptación a la Cultura de las Redes Sociales

Otro desafío es la adaptación a la cultura de las redes sociales, que favorece el contenido breve y visualmente atractivo. Esta tendencia puede entrar en conflicto con la profundidad y el detalle característicos del periodismo tradicional. Según Salaverría (2020), los periodistas deben encontrar un equilibrio entre mantener un relato informativo detallado y adaptar su contenido a un formato que resuene con las audiencias de las redes sociales.

3. Navegación por la Parcialidad y la Polarización

La parcialidad y la polarización en las redes sociales representan otro desafío importante. Albright (2017) destaca cómo las plataformas de redes sociales pueden crear cámaras de eco, reforzando las creencias existentes de los usuarios y limitando la exposición a perspectivas divergentes. Esto plantea una preocupación para el periodismo, que busca ofrecer una visión equilibrada y multifacética de los acontecimientos.

4. Gestión de la Interactividad con la Audiencia

Además, las redes sociales aumentan la interactividad con la audiencia, lo que, si bien puede ser beneficioso para la participación, también presenta desafíos en términos de gestionar comentarios y reacciones a menudo polarizadas y emocionales. Los periodistas deben ser hábiles en manejar esta interactividad, lo que incluye responder a los comentarios y participar en debates, manteniendo al mismo tiempo una postura profesional y objetiva.

5. Problemas de Privacidad y Seguridad

Finalmente, los problemas relacionados con la privacidad y la seguridad de la información son cruciales en las redes sociales. Con la recopilación y el análisis de grandes cantidades de datos de los usuarios, los periodistas deben ser

conscientes de las implicaciones éticas al usar estas plataformas para la recopilación de noticias y la interacción con las fuentes (European Commission, 2018).

2.2. Redes Sociales más Importantes en España

En el panorama digital de España, varias redes sociales destacan por su relevancia y popularidad, cada una con características únicas que influyen en la manera en que se consumen y comparten las noticias y la información. Estas plataformas juegan un papel crucial en la configuración del entorno mediático y social del país.

Facebook: Esta plataforma mantiene su posición como una de las redes sociales más influyentes en España, con una base de usuarios diversa que abarca todas las edades. Su estructura facilita la formación de comunidades y grupos, donde se comparten y discuten noticias e información, haciéndola una herramienta esencial para la distribución y el debate de contenidos mediáticos.

Twitter: Conocido por su capacidad para transmitir información de manera rápida y concisa, Twitter es especialmente popular entre periodistas, políticos y figuras públicas. Su naturaleza orientada a la inmediatez lo hace ideal para la difusión de noticias de última hora y para seguir eventos y tendencias en tiempo real.

Instagram: Destaca por su enfoque en el contenido visual, capturando especialmente la atención de los usuarios más jóvenes. Instagram permite a los medios y periodistas compartir noticias e historias a través de imágenes y videos, aprovechando su alto nivel de engagement y su eficacia para contar historias de manera visualmente atractiva.

TikTok: Emergiendo rápidamente como una de las redes sociales más populares entre el público joven en España, TikTok ofrece una forma novedosa de contar historias y compartir noticias mediante videos cortos. Su formato único desafía a los medios tradicionales a adaptar sus contenidos a un estilo más breve y dinámico.

2.3. Cómo se Consume el Periodismo en Redes Sociales

El consumo del periodismo en las redes sociales ha transformado radicalmente el panorama mediático, adaptando la forma en que las noticias son distribuidas y recibidas por el público. Esta sección explora las dinámicas y tendencias predominantes en la interacción del público con el periodismo a través de las redes sociales.

1. Inmediatez y Acceso Rápido a la Información

Las redes sociales han revolucionado la velocidad con la que se accede a la información. Los usuarios suelen recibir actualizaciones de noticias en tiempo real, lo que permite un seguimiento instantáneo de eventos globales y locales. Esta inmediatez, aunque beneficiosa por su rapidez, plantea el desafío de verificar la información antes de su difusión.

2. Consumo Visual e Interactivo

El contenido visual, como videos e imágenes, tiene un papel predominante en las redes sociales. Plataformas como Instagram y TikTok han acelerado esta tendencia, haciendo que el periodismo sea más interactivo y atractivo. Los usuarios no solo consumen noticias, sino que también participan activamente mediante comentarios, compartiendo y reaccionando a las publicaciones.

3. Personalización del Contenido

Las redes sociales ofrecen una experiencia de consumo de noticias altamente personalizada. Los algoritmos adaptan los flujos de noticias a los intereses y comportamientos de los usuarios, lo que puede limitar la exposición a una variedad de puntos de vista y crear cámaras de eco informativas.

4. Rol de las Redes Sociales como Fuentes Primarias

Muchos usuarios consideran las redes sociales como su fuente principal de noticias. Esta tendencia cambia la forma en que los medios tradicionales interactúan con su audiencia, empujándolos a adaptar su contenido y estrategias de distribución a estas plataformas.

5. Interacción Directa con el Público

Las redes sociales facilitan una interacción directa y bidireccional entre los periodistas y la audiencia. Esto permite una retroalimentación inmediata y la posibilidad de un diálogo más cercano con el público, aunque también expone a los periodistas a un mayor escrutinio y crítica.

6. Desafíos de Verificación y Credibilidad

Dado el volumen masivo de información y la facilidad de compartir contenido en las redes sociales, la verificación de la información se ha vuelto más crucial que nunca. Los usuarios se enfrentan al desafío de discernir entre fuentes confiables y noticias falsas o sesgadas.

7. Cambio en la Narrativa y el Formato del Contenido

La necesidad de adaptarse a formatos más breves y atractivos ha llevado a un cambio en la narrativa periodística. Los contenidos deben ser concisos, atractivos y adaptados para captar rápidamente la atención de un público que consume información de manera fragmentada.

2.4. Consumo del Periodismo en TikTok

El consumo del periodismo en TikTok refleja una dinámica única y en constante evolución, distinta de otras plataformas de redes sociales. Al centrarnos específicamente en TikTok, podemos identificar varias características clave que definen cómo se consume el periodismo en esta plataforma.

1. Preferencia por Contenidos Breves y Dinámicos

TikTok se caracteriza por su formato de videos cortos, lo que exige que las noticias y los reportajes se condensen en segmentos breves y atractivos. Esta brevedad requiere una síntesis efectiva del contenido, manteniendo al mismo tiempo la precisión y la esencia del mensaje periodístico.

2. Enfoque en la Narrativa Visual

Dado el formato basado en video de TikTok, hay un fuerte énfasis en la narrativa visual. Los periodistas y medios de comunicación deben ser creativos en su uso de imágenes, videos y gráficos para contar historias de manera efectiva, captando la atención de la audiencia rápidamente.

3. Interacción y Participación del Usuario

TikTok fomenta una alta interacción del usuario, permitiendo a los espectadores no solo consumir noticias, sino también participar a través de comentarios, likes y shares. Esta interactividad puede aumentar el compromiso y la retención de la audiencia, pero también requiere que los periodistas gestionen y respondan a la retroalimentación de la audiencia de manera efectiva.

4. Algoritmo Orientado a la Personalización

El algoritmo de TikTok personaliza los feeds de los usuarios basándose en sus interacciones previas, lo que significa que el contenido periodístico debe estar diseñado para captar y mantener el interés del usuario desde el principio para asegurar una mayor visibilidad.

5. Impacto de los "Influencers" y Creadores de Contenido

En TikTok, los influencers y creadores de contenido tienen un papel significativo en la difusión de información. Los periodistas y medios de comunicación pueden colaborar con estos influencers para ampliar su alcance, aunque deben ser cuidadosos en mantener la integridad y credibilidad del contenido.

6. Desafíos de Verificación y Contra la Desinformación

Como en otras redes sociales, la verificación de la información es crucial en TikTok, especialmente dada la rapidez con la que se puede difundir contenido engañoso o falso. Los periodistas deben esforzarse por verificar y presentar información precisa, contrarrestando la propagación de noticias falsas.

7. Adaptación a un Público Más Joven

TikTok tiene una base de usuarios predominantemente joven, lo que requiere que los periodistas adapten su enfoque para resonar con esta audiencia. Esto

puede incluir el uso de un lenguaje más informal, referencias culturales relevantes y la cobertura de temas que interesan a una audiencia más joven.

2.5. Tipos de contenido y técnicas efectivas en TikTok para atraer y mantener la atención de la audiencia (en cuanto a noticias/formas de periodismo)

En la era de la digitalización del periodismo, TikTok se ha convertido en un escenario innovador para la disseminación de noticias. La investigación de Castillo y Jordán sobre el "Periodismo de verificación en formato vertical" y el estudio comparativo de casos como El Mundo, Cadena SER, entre otros, ilustran cómo TikTok está redefiniendo el periodismo.

Y por ello, se realiza la siguiente recapitulación en cuanto a distintos tipos de contenido en la plataforma de China:

- **Videos Informativos:** TikTok ha sido pionero en adaptar el periodismo de verificación a un formato vertical, como se observa en el trabajo de Castillo y Jordán. Estos videos aprovechan el formato breve y visual de TikTok para presentar información verificada de manera atractiva y accesible.
- **Noticias en Formato Breve:** El estudio comparativo de medios como El Mundo y Cadena SER muestra cómo las noticias se están adaptando a formatos más cortos en TikTok, lo que permite una difusión rápida y efectiva de la información en un estilo que va acorde con la audiencia de la plataforma.
- **Entrevistas Rápidas:** La capacidad de realizar entrevistas breves y directas es otra característica distintiva de TikTok, proporcionando a los espectadores insights rápidos y personales en un formato condensado y dinámico.
- **Nuevos Formatos Audiovisuales:** El trabajo de Martin Neira, Trillo Domínguez y Olvera-Lobo sobre la comunicación de la ciencia desde la televisión a TikTok resalta cómo la plataforma está siendo utilizada para explorar nuevos formatos audiovisuales, lo que es especialmente

relevante para la comunicación de temas complejos de manera sencilla y atractiva.

Los tipos de contenido mencionados anteriormente son especialmente efectivos en TikTok debido a la preferencia de su audiencia por contenido breve, visual y altamente interactivo. La plataforma se presta a un estilo de narración que es directo y atractivo, permitiendo a los periodistas y medios de comunicación alcanzar y retener la atención de la audiencia, especialmente entre los usuarios más jóvenes.

2.6. Impacto de TikTok como canal de noticias y su capacidad para combatir noticias falsas y desinformación

Desde su ascenso en 2020, TikTok, analizado por Fábio Giacomelli (2020) de la Universidade da Beira Interior, se ha transformado de una plataforma dirigida a adolescentes a un entorno digital dominado por una comunicación efímera, visual y altamente estimulante. Esta evolución ha llevado a una diversidad de emisores, incluyendo medios y periodistas, a establecer su presencia en TikTok, reflejando su creciente importancia como canal de noticias en el contexto de la hiperconectividad.

Giacomelli (2020) destaca el desafío que representa TikTok en el ámbito de la desinformación, enfatizando la relevancia de los fact-checkers en esta red. A través de un abordaje que combina técnicas cualitativas y cuantitativas, el estudio explora cómo estos profesionales abordan el reto de desmentir bulos y combatir la desinformación en un entorno donde prevalece el entretenimiento.

La plataforma, aunque facilita la divulgación de información accesible, también enfrenta el riesgo de malinterpretación o uso indebido del contenido, desafiando las nociones de propiedad intelectual y control del mensaje. En este sentido, la obra de Alonso Estrada-Cuzcano y sus compañeros (2020) de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos es muy importante, ya que ofrece una perspectiva teórica esencial para comprender la desinformación y las noticias falsas en TikTok. Su análisis proporciona una base conceptual para entender las diferencias y similitudes entre desinformación, malinformación, post-verdad y

fake news, ofreciendo un marco para comprender el impacto de TikTok en estos fenómenos.

El estudio "Periodismo de verificación en formato vertical: narrativas multimedia de los verificadores en TikTok" de Carolina Arrieta-Castillo y Ana Virginia Rubio Jordán (2023) ofrece, por su parte, una visión en profundidad sobre cómo el periodismo de verificación se ha adaptado a la plataforma TikTok. Aquí se presentan algunas claves y estrategias que destacan en el trabajo de verificación de información en TikTok:

- **Tipos de Contenido de los Verificadores en TikTok:** Se identifican cuatro categorías principales de contenidos producidos por verificadores en TikTok, basados en sus objetivos comunicativos. Estos incluyen desmentir información, añadir información sobre temas controvertidos o propensos a desinformación, ofrecer herramientas y recursos para detectar desinformaciones, y generar entretenimiento. Los tipos más frecuentes son los desmentidos y la información adicional.
- **Temas de las Verificaciones en TikTok:** Los temas más comunes abordados por los verificadores incluyen política, salud y Covid-19, ciencia y medio ambiente, hábitos y rutinas, y guerra en Ucrania. Esto demuestra un enfoque en temas de relevancia social y actualidad.
- **Narrativas de Verificación en Vertical:** Los verificadores emplean un lenguaje multimedia diverso, combinando textos, imágenes, videos y audio para crear narrativas de verificación integradas y dinámicas. Utilizan técnicas como el plano del narrador mirando a cámara, intercalado con imágenes y textos relevantes, acompañados de música o efectos sonoros. Algunos como @malditobulo y @malaespinacheck son especialmente interactivos, utilizando retos, adivinanzas y preguntas abiertas para involucrar a los usuarios.
- **Hipertextualidad e Interactividad en TikTok:** La hipertextualidad es una característica clave en las narrativas de verificación en TikTok, donde los contenidos de fuentes externas, como otros medios de comunicación o redes sociales, se utilizan frecuentemente. La interactividad varía entre

cuentas, con algunas más expositivas y otras que invitan a la participación del usuario a través de preguntas o retos.

- **Impacto en la Alfabetización Digital:** Las estrategias de los verificadores en TikTok contribuyen a la alfabetización digital, ofreciendo a los usuarios herramientas para comprender y evaluar la información en un entorno digital saturado. Las narrativas de verificación en TikTok no se limitan a desmentir bulos, sino que también amplían información sobre temas de interés social, actuando de manera preventiva contra la desinformación.

Entre las prácticas más comunes de las cuentas de Verificadores en TikTok se encuentra la categoría de desmentir o aclarar afirmaciones. Ejemplos notables son @boliviaverifica y @efeverifica, que se dedican a analizar y clasificar declaraciones de diversas fuentes, incluyendo medios de comunicación, redes sociales e instituciones públicas, para determinar su veracidad.

En la lucha contra la desinformación, algunas cuentas, como @efeverifica y @malditobulo, han tomado la iniciativa de educar a sus seguidores. Estas cuentas proporcionan tutoriales y guías prácticas que enseñan a los usuarios cómo discernir la validez de la información que reciben.

Un enfoque innovador lo representa @malaespinacheck, que integra el entretenimiento con propósitos educativos. Utilizando métodos interactivos como retos y cuestionarios, esta cuenta se esfuerza por enseñar a los usuarios a identificar noticias falsas de una manera atractiva y participativa.

Definitivamente, hay una notable diversidad en los estilos de verificación entre las distintas cuentas. Algunas optan por un enfoque más formal, mientras que otras prefieren un estilo más relajado y juvenil, adaptándose así a distintos segmentos de la audiencia de TikTok.

2.6.1. Importancia de TikTok en el panorama mediático actual

En el panorama mediático contemporáneo, donde la evolución tecnológica y la diversificación de canales avanzan a un ritmo acelerado, TikTok emerge como un agente de cambio significativo y transformador. Esta red social, que ha hecho

de los breves videos en formato vertical su sello distintivo, no sólo ha modificado radicalmente las dinámicas de consumo de contenido, sino que también ha provocado un cambio en la forma de producir y difundir la información. Hendrickx (2023) subraya esta transición, señalando un notable incremento en la presencia de medios de comunicación tradicionales en TikTok, lo que evidencia una reconfiguración de las prácticas periodísticas y la comunicación en la era digital.

Para comprender el impacto de TikTok en el periodismo, es esencial analizar tanto la naturaleza de su contenido como las características de su audiencia. La plataforma ha evolucionado para convertirse en un espacio donde los jóvenes no solo buscan entretenimiento, sino también contenido de carácter informativo. Este escenario presenta simultáneamente desafíos y oportunidades para los medios de comunicación. Arrieta Castillo y Rubio Jordán (2023) investigan cómo las agencias de fact-checking utilizan TikTok para abordar desafíos actuales como la desinformación y la proliferación de noticias falsas. La adaptación a este nuevo medio implica una transformación no solo en el formato del contenido, sino también en las estrategias empleadas para garantizar la veracidad y precisión informativa.

La migración de los medios tradicionales hacia TikTok refleja una estrategia dirigida a mantener su relevancia y efectividad en un entorno mediático cada vez más dominado por las redes sociales. Vázquez-Herrero, Negreira-Rey y Rodríguez-Vázquez (2021) ilustran cómo la televisión y otros medios han comenzado a incorporar TikTok dentro de sus estrategias de comunicación, reconociendo la gran necesidad de conectar con audiencias juveniles y adaptarse a sus patrones de consumo mediático.

Es crucial reconocer que TikTok no se limita a ser un canal adicional para la difusión de noticias; introduce también una nueva dinámica en la interacción entre los medios y sus audiencias. Los contenidos en esta plataforma se caracterizan por su inmediatez, concisión y un enfoque muy visual. Estas características exigen una reinención del periodismo y la comunicación mediática, en la que la creatividad y la capacidad de adaptación emergen como elementos clave para el éxito.

Por último, TikTok no solo proporciona un escenario para una versión adaptada del periodismo tradicional, sino que también surgió como un espacio propicio para la creación de nuevas formas de periodismo ciudadano y participativo. Los usuarios de TikTok trascienden el rol de meros consumidores de contenido, asumiendo un papel activo en la creación y propagación de información. Esto plantea interrogantes cruciales sobre la autoridad, credibilidad y ética en el ámbito del periodismo digital.

Por todo ello, cabe señalar que la aparición de TikTok en el entorno mediático contemporáneo simboliza una importante transformación en las formas de producir, distribuir y consumir información, desafiando a los medios a adaptarse a un entorno digital en constante evolución y a una audiencia que exige contenido innovador, accesible y fiable.

2.6.2. Evolución del periodismo en plataformas digitales y redes sociales

La evolución del periodismo en plataformas digitales y redes sociales es un fenómeno complejo y multifacético. Según Adornato (2022), la creciente popularidad de las redes sociales ha remodelado la manera en que el público interactúa con las noticias, favoreciendo el consumo y la interacción en tiempo real. Este cambio ha impulsado a los periodistas a incorporar estrategias multimedia, personalización y uso de dispositivos móviles en su trabajo (Lewis & Molyneux, 2018).

Además, la implantación de las redes sociales en el periodismo ha generado un "modelo híbrido", donde las prácticas periodísticas tradicionales se mezclan con elementos propios de las redes sociales (Hermida, 2016).

Este fenómeno ha llevado a una mayor interacción entre periodistas y audiencias, donde los periodistas que interactúan activamente con sus seguidores en redes sociales son percibidos como más creíbles (Adornato, 2022; Rosenblatt, 2020). Sin embargo, este cambio también conlleva desafíos, como la rapidez en la publicación de noticias que puede resultar en errores o reportajes descuidados (Wagner, 2017).

La transformación digital del periodismo no solo cambia las formas de producción de contenido, sino también cómo y dónde los lectores encuentran noticias, destacando la influencia de los algoritmos de las plataformas en la distribución de contenido (Wagner, 2017).

2.6.3. Influencia creciente de TikTok en la difusión de noticias y su impacto en la sociedad

La influencia de TikTok en la difusión de noticias y su impacto en la sociedad se ha intensificado notablemente en los últimos años. Según datos de Pew Research Center (2023), el porcentaje de adultos estadounidenses que regularmente obtienen noticias de TikTok se ha cuadruplicado, pasando del 3% en 2020 al 14% en 2023. Por otro lado, en España, tal y como señala el medio El País (2023), de acuerdo con los datos proporcionados por el Instituto Reuters, el consumo de noticias entre los jóvenes está evolucionando, con una creciente inclinación hacia las redes sociales en lugar de los medios tradicionales.

Especialmente entre los menores de 35 años, la plataforma se ha establecido como una fuente de información importante, ya que un 20% de esta demografía utiliza la red social para informarse. Este aumento significativo en el uso de TikTok como fuente de noticias refleja un cambio en los hábitos de consumo de medios, especialmente entre las generaciones más jóvenes. Sin embargo, también hay preocupaciones sobre la seguridad nacional y la veracidad de la información en la plataforma, lo que ha llevado a un debate sobre la posibilidad de restringir su uso. Este crecimiento en el consumo de noticias a través de TikTok evidencia cómo las plataformas de redes sociales están remodelando la forma en que se difunde y se consume información en la sociedad contemporánea.

Es por esto que el presente trabajo académico se enfoca en explorar las "Tendencias y efectividad del Periodismo en TikTok", tomando como caso de éxito a Abel Planelles. La investigación abarca el impacto de TikTok en las prácticas periodísticas contemporáneas, analizando cómo la plataforma ha transformado la difusión de noticias y su influencia en la sociedad. Se examinará cómo medios significativos y periodistas individuales adaptan sus estrategias

comunicativas a las características únicas de TikTok, equilibrando entre la inmediatez, la creatividad y la precisión informativa, al tiempo que se enfrentan a los retos de la desinformación y la evolución digital.

3. MARCO CONTEXTUAL

TikTok, nacido en un ecosistema digital en constante evolución, ha revolucionado la forma en que se consume y se produce contenido, especialmente noticias. Esta plataforma, con su formato distintivo de videos cortos y verticales, no solo ha redefinido el entretenimiento, sino que también ha provocado un cambio paradigmático en las metodologías de producción y disseminación informativa. La migración de medios tradicionales a TikTok evidencia una estrategia adaptativa para mantener relevancia en un panorama dominado por las redes sociales, especialmente entre audiencias jóvenes.

El periodismo en plataformas digitales y redes sociales ha experimentado una transformación profunda. La rapidez en la publicación de noticias y la influencia de los algoritmos de las plataformas en la distribución de contenido son desafíos clave en este contexto. La interacción entre periodistas y audiencias en redes sociales ha cambiado la percepción de credibilidad y la manera en que se consumen las noticias.

El caso de Abel Planelles ilustra la adaptación del periodismo a nuevos formatos digitales en TikTok. Con un enfoque en la cobertura de noticias sobre influencers y personalidades famosas, Planelles ha logrado conectar con una audiencia joven, mostrando la evolución del periodismo en el ámbito de las redes sociales y la importancia de adaptarse a formatos y estilos que resuenan con la audiencia de TikTok.

3.1. Caso de éxito de Abel Planelles. Análisis de sus estrategias de contenido de TikTok

Abel Planelles, un estudiante de Periodismo y Comunicación Audiovisual, ha ganado reconocimiento en TikTok por su enfoque en la cobertura de noticias sobre influencers y personalidades famosas. Su contenido en TikTok se caracteriza por su adaptación al formato y estilo de la plataforma, enfocándose

en la presentación de información de manera breve y visual. Con 320.000 seguidores y 23 millones de *likes*, Planelles representa un caso de estudio en la adaptación del periodismo a nuevos formatos digitales, destacando por su habilidad para conectar con una audiencia joven a través de su contenido en TikTok. Su trabajo ilustra la evolución del periodismo en el ámbito de las redes sociales.

Exclusivamente, en TikTok, se enfoca predominantemente en el periodismo de entretenimiento y prensa rosa, cubriendo noticias del corazón y eventos relacionados con influencers y celebridades. Sus contenidos se dividen en cuatro formatos principales:

1. **Entrevistas Rápidas:** Planelles realiza entrevistas en eventos del espectáculo y de influencers. Estas entrevistas, tanto individuales como grupales, se caracterizan por su edición ágil, con zooms digitales y montajes paralelos, lo que refleja un estilo dinámico y moderno adecuado para TikTok.
2. **Videos Informativos:** En estos videos, Planelles aparece en primer plano con imágenes de fondo, proporcionando información y noticias. Utiliza una coetilla distintiva, "Bombazo", para introducir exclusivas, lo que añade un elemento de intriga y espectacularidad a sus reportajes. Cabe destacar que, en este tipo de vídeos, Abel, suele hablar de noticias de terceros con su tono característico.
3. **Reportajes:** Realiza reportajes, además de las entrevistas mencionadas anteriormente, actúa como reportero y cubre eventos variados, ofreciendo una visión detallada.
4. **Crónicas de Eventos:** Realiza crónicas de eventos como conciertos y premieres, frecuentemente en forma de colaboraciones con las empresas organizadoras, partiendo de la subjetividad característica que predomina en una crónica periodística.

Es por ello, que, resumidas cuentas, en el universo digital de Abel Planelles en TikTok, el periodismo del corazón cobra vida a través de figuras como Lola Lolita, Dulceida, Violeta Mangriñán, Laura Escanes, Lydia Lozano, Kiko Matamoros, Belén Esteban, Aitana, miembros de la familia real y Rosalía, entre muchos otros

personajes públicos pertenecientes al mundo de la farándula y similares. Estas personalidades, resonando con la cultura popular y el espectáculo, conforman el núcleo de su *agenda setting*. Planelles, con un enfoque moderno y juvenil, teje narrativas alrededor de estas figuras, capturando así la esencia del entretenimiento y la actualidad en su contenido en TikTok.

3.2. Análisis del engagement de Abel Planelles y su impacto en otros medios

El análisis detallado del engagement de Abel Planelles en TikTok durante noviembre de 2023 muestra variaciones considerables. La media de "likes" por video es de 38,000, pero esta cifra presenta una alta irregularidad, con picos que oscilan entre 300,000 y tan solo 2,000. Esta tendencia de fluctuación se observa igualmente en los comentarios, que promedian 208 por publicación, pero con variaciones extremas que van desde 15 hasta 900 comentarios. En cuanto a los compartidos, el promedio es de 819, con una gama que va de 20 a 5,000. Las visualizaciones promedian 597,000, pero también presentan una amplia variabilidad, con números que van desde 120,000 hasta 4,500,000.

Este patrón de irregularidad en el engagement indica una diversidad en la respuesta del público al contenido de Planelles, resaltando los desafíos y las dinámicas propias del periodismo en redes sociales como TikTok, donde la interacción del usuario es clave para determinar el alcance y la popularidad del contenido.

Partiendo de esta base y de los datos proporcionados anteriormente, se procede a calcular la tasa de engagement del periodista alicantino, utilizando para ello la siguiente fórmula.

Tasa de Engagement = (Nº Total de Seguidores o Views/Total de Interacciones) ×100

La tasa de engagement de Abel Planelles en TikTok, basada en los promedios de likes, comentarios, compartidos y visualizaciones, es aproximadamente del 6.54%. Este porcentaje indica que, en promedio, alrededor del 6.54% de las visualizaciones en sus videos resultan en alguna forma de interacción, ya sea a

través de un "me gusta", un comentario o un compartido. Esta métrica es un indicador útil para evaluar cómo su contenido encaja con su audiencia en TikTok.

En cuanto a su influencia en los medios de comunicación, Abel Planelles ha sido destacado en varios espacios, reflejando su creciente influencia en el panorama mediático. Okdiario y Lecturas han cubierto su trabajo, subrayando su impacto en el espacio digital y su capacidad para conectar con una amplia audiencia. En 20 minutos y Tendencias, su presencia destaca por abordar un espectro variado de temas, desde noticias actuales hasta cultura y estilo de vida.

En Marca, un medio tradicionalmente asociado con deportes, pero que actualmente cubre una gama más amplia de contenidos, Planelles ha sido reconocido, lo que demuestra su habilidad para captar la atención de un público diverso. Su participación en el videopodcast "Aquí me Bajo" de Playz y en programas de AppleTV evidencia su versatilidad y adaptabilidad a diversos formatos mediáticos.

Además, medios como Europea News y SoyAlicante han informado sobre Planelles, poniendo en relieve su rol en el periodismo local y su atención a temas de relevancia regional. Esta variedad de coberturas mediáticas indica la amplitud de su alcance y su capacidad para abordar temas de interés general y local.

Por otro lado, también conduce un podcast en Youtube y Spotify titulado "La Alfombra de Abel Planelles", lo que añade otra faceta a su ya diversificado perfil mediático. Este podcast amplía su alcance a otra plataforma popular, permitiéndole conectar con su audiencia a través de un medio sonoro y personal.

Por último y como dato interesante, Planelles ha concluido sus estudios universitarios con un Trabajo de Fin de Grado centrado en sí mismo y su impacto en el periodismo digital. El título del trabajo, "Periodismo a través de TikTok. Estudio de caso: Abel Planelles" (2023) subraya su papel como personaje público y su relevancia en el entorno mediático actual. Este enfoque autorreflexivo y la elección de su propia carrera y presencia en redes sociales como tema de estudio académico, resalta su conciencia sobre la importancia de los nuevos medios y su influencia en la esfera pública.

4. MARCO METODOLÓGICO

4.1. Diseño de la investigación

La adopción de un enfoque mixto en la investigación del impacto de TikTok en el periodismo se fundamenta en la premisa de que para capturar la complejidad de este fenómeno emergente es indispensable considerar tanto elementos cuantificables como experiencias subjetivas y contextuales. Esta metodología de dos enfoques es esencial ya que permite, por un lado, medir de manera objetiva el impacto de la plataforma a través de las métricas de engagement vinculadas a los contenidos publicados por Abel Planelles, y, por otro lado, profundizar en las percepciones, experiencias y prácticas tanto del propio Planelles como de su audiencia respecto al periodismo en TikTok.

En lo que concierne a la dimensión cuantitativa de la investigación, el objetivo primordial es analizar el engagement de los contenidos publicados por Abel Planelles en TikTok para evaluar de manera numérica el impacto de sus estrategias periodísticas. Para ello, se hará uso de herramientas analíticas de redes sociales que permitan recopilar datos sobre visualizaciones, "likes", comentarios y compartidos de los videos de Planelles. Este análisis no solo facilitará la cuantificación de la interacción de la audiencia con el contenido periodístico en la plataforma, sino que también proveerá datos concretos sobre el alcance y la efectividad de las estrategias de comunicación digital empleadas. A través de la aplicación de técnicas estadísticas para el análisis de las métricas de engagement, se identificarán tendencias y patrones que reflejen cómo la audiencia interactúa con el contenido, ofreciendo así una base sólida para comprender la magnitud del impacto de TikTok en el periodismo desde una perspectiva cuantitativa.

Paralelamente, la investigación se enriquecerá con una dimensión cualitativa cuyo objetivo es sumergirse en las profundidades de las experiencias y percepciones de Planelles y su audiencia en relación con el uso de TikTok como herramienta periodística. Esta faceta de la investigación es crucial para desentrañar los factores subjetivos y contextuales que influyen en el periodismo dentro de esta plataforma digital, abarcando desde las decisiones editoriales y

las estrategias de narración hasta los desafíos éticos que emergen en este nuevo entorno.

Para alcanzar este objetivo, se procederá al desarrollo de una guía de entrevista semi-estructurada dirigida a Planelles. Este enfoque permitirá explorar en detalle los aspectos cualitativos de la producción y consumo de contenido periodístico en TikTok, recabando información valiosa directamente de las voces de los protagonistas de este fenómeno.

La ejecución de un análisis temático en las transcripciones de la entrevista ejercerá un papel fundamental en la metodología cualitativa, empleando la codificación para identificar y analizar los temas clave relacionados con el periodismo en TikTok. Este proceso no solo facilitará la identificación de patrones y temas recurrentes en los discursos de Planelles y su audiencia, sino que también permitirá comprender las dinámicas subyacentes que definen el periodismo en esta plataforma digital, ofreciendo insights cualitativos que complementan y profundizan los hallazgos cuantitativos.

La elección de un enfoque mixto trae consigo una serie de ventajas que enriquecen la investigación. La totalidad de este enfoque asegura una comprensión más completa y rica del impacto de TikTok en el periodismo, al combinar el análisis cuantitativo con insights cualitativos que, en conjunto, ofrecen una visión global del fenómeno. La flexibilidad inherente a este método permite adaptar la investigación a los hallazgos emergentes, aprovechando la fortaleza de cada metodología para explorar diferentes aspectos del fenómeno de estudio. Mientras que el análisis cuantitativo proporciona una base objetiva para entender el alcance del fenómeno, el componente cualitativo aporta profundidad y contexto, revelando las dinámicas subyacentes detrás de los datos numéricos y ofreciendo una visión detallada de las experiencias y percepciones de los individuos involucrados.

4.2. Características del instrumento

En el desarrollo de la presente investigación sobre el impacto de TikTok en el periodismo, enfocado especialmente en el caso de estudio de Abel Planelles, se ha optado por una metodología que privilegia el empleo de entrevistas semi-

estructuradas. Este instrumento ha sido cuidadosamente diseñado para invitar a la reflexión profunda y al diálogo abierto, permitiendo así que los participantes compartan sus experiencias, opiniones y percepciones de manera amplia y detallada. La elección de este enfoque metodológico responde a la intención de capturar la complejidad inherente a las experiencias personales relacionadas con la creación, difusión y recepción de contenido periodístico en la plataforma TikTok.

El instrumento de entrevista se caracteriza por incluir un conjunto de aproximadamente 16 preguntas principales. Cada una de estas preguntas está pensada para ser lo suficientemente abierta como para fomentar una discusión rica y matizada, permitiendo al entrevistado explorar y profundizar en sus respuestas. La estructura de la entrevista se ha concebido para alcanzar un equilibrio entre la profundidad y la amplitud en la exploración de los temas de interés, sin sobrecargar al entrevistado ni prolongar la conversación más allá de los límites prácticos para mantener un diálogo fluido y reflexivo.

Las preguntas formuladas en la entrevista se organizan en torno a varios ejes temáticos clave, los cuales han sido identificados como fundamentales para la comprensión del fenómeno en estudio:

- **Selección y Verificación de Noticias:** Se indaga en los métodos y criterios que emplea Planelles para seleccionar las noticias sobre influencers y celebridades que cubre en TikTok, así como los procesos de verificación de información que anteceden a su publicación. Este eje temático busca comprender los mecanismos mediante los cuales se asegura la fiabilidad y exactitud del contenido periodístico en un entorno digital altamente dinámico.
- **Desafíos y Estrategias:** Se examinan los retos específicos que enfrenta Planelles al generar contenido periodístico adaptado a los formatos breves y visuales predominantes en TikTok, junto con las estrategias desarrolladas para superar estos desafíos. Esta área de indagación permite identificar las adaptaciones e innovaciones necesarias para la práctica periodística en plataformas digitales contemporáneas.

- **Interacción con la Audiencia:** Se profundiza en cómo Planelles percibe y gestiona la interacción con su audiencia en TikTok, abarcando aspectos como la respuesta a comentarios, el manejo de críticas y la promoción del engagement. Este enfoque ofrece insights sobre la dinámica de comunicación bidireccional entre creadores de contenido y su público.
- **Percepciones de Credibilidad:** Se investiga tanto a Planelles como a su audiencia acerca de sus percepciones respecto a la credibilidad del periodismo en TikTok, especialmente en comparación con medios de comunicación más tradicionales. Este segmento de la entrevista busca explorar la confianza depositada en las nuevas formas de periodismo digital.
- **Impacto y Futuro del Periodismo en TikTok:** Se reflexiona sobre el impacto percibido del trabajo de Planelles y plataformas similares en el periodismo, así como las proyecciones sobre cómo evolucionará el rol de TikTok y otras redes sociales en el futuro del campo periodístico. Esta sección aspira a capturar visiones prospectivas sobre la transformación del periodismo en la era digital.

4.3. Resultados

4.3.1. Selección y Verificación de Noticias

La investigación en curso sobre el impacto de TikTok en el periodismo, centrada particularmente en las prácticas periodísticas de Abel Planelles, proporciona información detallada sobre procesos críticos en la selección y verificación de noticias dentro del ámbito de las redes sociales. Planelles describe meticulosamente un enfoque reflexivo en la elección de temas relacionados con influencers y celebridades, un ámbito especialmente propenso a la desinformación y la rápida propagación de rumores.

El incremento de los seguidores de Planelles está relacionado con una evolución en su proceso de verificación, revelando una mayor percepción de responsabilidad hacia su audiencia. Este sentido de responsabilidad se manifiesta en un esfuerzo deliberado por confirmar la veracidad del contenido antes de su publicación. Planelles resalta la relevancia de acceder a evidencias

concretas provenientes de las fuentes originales o, como alternativa, depender de fuentes que, basadas en experiencias previas, han demostrado ser confiables. Tal proceso de verificación se alinea con un compromiso ético hacia la integridad de la información, adaptando los principios periodísticos establecidos al cambiante contexto del entorno digital.

La metodología adoptada por Planelles para la selección y verificación de noticias en TikTok sirve para ilustrar los retos particulares a los que se enfrentan los periodistas en las plataformas de redes sociales desde una perspectiva académica. La coexistencia de la inmediatez inherente a la comunicación digital con la imperiosa necesidad de precisión informativa se evidencia claramente en sus prácticas. La incorporación de métodos de verificación tradicionales dentro del entorno variable de TikTok subraya una evolución significativa en las prácticas periodísticas, ajustándose a las particularidades de las plataformas digitales.

El análisis de las tácticas empleadas por Planelles ofrece conceptos fundamentales sobre cómo los profesionales de la información pueden sortear la complejidad de informar en el ámbito digital, asegurando simultáneamente el mantenimiento de estándares de veracidad y confiabilidad. La estrategia de Planelles enfatiza la necesidad de adaptarse de manera informada y crítica a los nuevos patrones de consumo de información, reconociendo el impacto considerable de las redes sociales en la construcción de la credibilidad periodística ante el público.

4.3.2. Desafíos y Estrategias

La entrevista realizada a Abel Planelles desentraña una dificultad inherente al ejercicio periodístico en medios caracterizados por su brevedad, inmediatez y enfoque visual. Planelles revela cómo la credibilidad y legitimidad inicialmente representan obstáculos significativos en una plataforma donde prevalece el escepticismo hacia la información, una situación que contrasta con la confianza instintiva depositada en los medios tradicionales. Este escepticismo no solo implica desafíos para construir una audiencia leal, sino que también plantea la

exigencia de que el contenido periodístico sea abordado con la seriedad y rigor que merece.

Además, la adaptación de historias complejas al formato conciso y visual de TikTok emerge como un reto crucial. Planelles discute la dificultad de condensar información sustancial sin comprometer su esencia o exactitud, manteniendo el interés y atención de una audiencia inmersa en un ecosistema digital repleto de estímulos. Para navegar por estos desafíos, Planelles ha desarrollado y aplicado un conjunto de estrategias innovadoras que reflejan un entendimiento profundo tanto de la naturaleza de TikTok como de sus usuarios.

La construcción de credibilidad se aborda mediante un compromiso con la transparencia y una meticulosa verificación de hechos, fundamentándose en pruebas irrefutables y fuentes confiables. Esta aproximación no solo demuestra un compromiso inquebrantable con la integridad periodística, sino que también fomenta una conexión directa y genuina con la audiencia, humanizando su presencia en la plataforma y fortaleciendo la confianza entre Planelles y sus seguidores.

En respuesta a las limitaciones temporales y la necesidad de capturar inmediatamente la atención de los usuarios, Planelles ha perfeccionado la habilidad de sintetizar relatos complejos en presentaciones breves y atractivas. Este enfoque, lejos de adherirse a guiones preestablecidos, se basa en una narrativa espontánea y personal, ofreciendo una adaptabilidad y flexibilidad que resuenan con el dinamismo de TikTok. Este método no solo facilita la producción de contenido alineado con las características de la plataforma, sino que también asegura que las historias sean accesibles y atractivas para la audiencia.

Asimismo, Planelles enfrenta el desafío de equilibrar entretenimiento e información seria, integrando elementos lúdicos en la presentación de las noticias. Este enfoque refleja una comprensión sofisticada de que el engagement en TikTok frecuentemente demanda componentes visuales o de entretenimiento. Esta estrategia incrementa no solo la visibilidad y el impacto de las publicaciones, sino que también se alinea con las expectativas de una audiencia predispuesta al consumo de contenido rápido y entretenido.

4.3.3. *Interacción con la Audiencia*

La interacción con la audiencia en la plataforma TikTok, según detalla Abel Planelles en su entrevista, constituye un aspecto fundamental de su ejercicio periodístico, revelando tanto los desafíos como las oportunidades inherentes a esta dinámica de comunicación en el ámbito digital. Planelles articula cómo su relación con los seguidores ha influido significativamente en su enfoque periodístico, subrayando la importancia de una comunicación bidireccional y la creación de contenido que no solo informe, sino que también involucre y resuene con la audiencia.

Planelles describe su experiencia interactuando con la audiencia en TikTok como un factor que incide profundamente en su labor periodística. La retroalimentación inmediata y directa de los seguidores, ya sea a través de comentarios, "likes" o compartidos, proporciona un termómetro valioso sobre la recepción y el impacto de sus publicaciones. Esta interacción continua permite a Planelles afinar y adaptar sus contenidos a las preferencias y expectativas de sus seguidores, optimizando así la relevancia y el atractivo de sus narrativas.

En el contexto de TikTok, donde el dinamismo y la brevedad definen la naturaleza de la comunicación, Planelles destaca cómo la adaptabilidad y la capacidad para generar contenido que enganche rápidamente al usuario son cruciales. La estrategia de iniciar sus videos con un gancho fuerte, como el uso de la palabra "¡bombazo!", ilustra su enfoque para capturar la atención desde los primeros segundos, un elemento crítico en una plataforma donde el tiempo de atención es limitado.

Planelles también reflexiona sobre la influencia que la interacción con la audiencia tiene en su percepción del periodismo en TikTok. La capacidad de influir y ser influido por el público más joven, que constituye una parte significativa de la base de usuarios de TikTok, plantea tanto desafíos como responsabilidades. La interactividad de la plataforma no solo facilita una comunicación más fluida y directa con la audiencia, sino que también impone al periodista la tarea de manejar con cuidado la influencia que ejerce sobre la opinión pública.

4.3.4. *Percepciones de Credibilidad*

Abel Planelles, en su intervención sobre el uso de TikTok como plataforma para el periodismo, ofrece una perspectiva reveladora sobre la credibilidad y la objetividad en los medios sociales, desafiando las nociones convencionales asociadas con estos conceptos en el periodismo tradicional. Planelles, consciente de la singularidad del entorno de TikTok, admite que no prioriza la objetividad en el mismo grado que podría esperarse en los medios tradicionales, dado que su contenido se difunde a través de un canal personalizado, marcado por su estilo único y enfoque directo.

A diferencia de los medios convencionales, donde la credibilidad y la objetividad son pilares fundamentales, Planelles señala que su enfoque en TikTok se adapta a las expectativas y normativas de la plataforma, donde la personalidad y la autenticidad del creador juegan un papel crucial en la conexión con la audiencia. Este enfoque pragmático le permite navegar la plataforma de manera efectiva, equilibrando la presentación de información con la inclusión de su perspectiva personal, lo que en última instancia fortalece su autenticidad y resonancia entre los seguidores.

Planelles destaca cómo la dinámica de TikTok favorece un modelo de comunicación más relacional y directo, donde la credibilidad se construye a través de la autenticidad y la transparencia, más que mediante la adhesión estricta a la objetividad. Esta adaptación al medio digital refleja un entendimiento profundo de cómo las percepciones de credibilidad se han transformado en la era de las redes sociales, donde la autenticidad personal del creador puede ser tan influyente como los hechos presentados.

Al enfocarse en compartir contenido que es fiel a su visión y experiencia personal, Planelles aborda implícitamente las expectativas de su audiencia en TikTok, que valora la franqueza y la proximidad con los creadores de contenido. Esta estrategia le ha permitido cultivar una relación de confianza con sus seguidores, demostrando que la credibilidad en plataformas como TikTok también puede derivarse de la coherencia y sinceridad del creador de contenido, además de la precisión factual.

4.3.5. *Impacto y Futuro del Periodismo en TikTok*

La percepción sobre el impacto y el futuro del periodismo en TikTok, tal como lo comparte Abel Planelles, ofrece una visión optimista y reflexiva sobre cómo las plataformas digitales están redefiniendo el campo del periodismo. Planelles identifica TikTok no solo como un medio para la difusión de contenido sino también como un espacio emergente para la práctica periodística, marcando una evolución significativa en la forma en que las noticias y la información son consumidas por el público, especialmente por las generaciones más jóvenes.

Planelles señala que su incursión en TikTok, inicialmente no planificada como parte de su carrera periodística, se convirtió en una oportunidad para explorar un nicho inexplorado en el periodismo digital. La experiencia de Planelles, desde la creación de contenidos virales hasta la formalización de su enfoque en su Trabajo de Fin de Grado (TFG), ilustra cómo las redes sociales pueden ser utilizadas efectivamente para alcanzar y comprometer a una audiencia amplia y diversa.

La capacidad de TikTok para servir como un nuevo medio de comunicación es subrayada por Planelles, quien observa que tanto jóvenes como adultos están comenzando a ver la plataforma como una fuente viable de noticias y contenido informativo. Esta transición hacia la aceptación de TikTok como un canal legítimo para el periodismo refleja un cambio más amplio en las dinámicas de consumo de medios, donde las plataformas digitales y las redes sociales juegan un papel cada vez más central.

Planelles también destaca la necesidad de adaptación y renovación dentro del periodismo para mantenerse relevante en la era digital. La evolución de los medios tradicionales hacia las plataformas digitales, según Planelles, no es solo inevitable sino también esencial para la supervivencia y prosperidad del periodismo. Esta perspectiva apunta hacia un futuro en el que el periodismo en plataformas digitales, como TikTok, se convierte en un complemento integral del periodismo tradicional, ofreciendo nuevas formas de narrativa, interacción y engagement con la audiencia.

La experiencia y observaciones de Planelles resaltan el potencial de TikTok y otras plataformas similares para innovar y expandir el alcance del periodismo. A través de su trabajo en TikTok, Planelles demuestra cómo la adaptabilidad, la creatividad y la disposición para experimentar con nuevos formatos y tendencias pueden enriquecer la práctica periodística, asegurando su relevancia y efectividad en un mundo mediático en constante cambio.

4.4. Discusión

El análisis del impacto y el futuro del periodismo en TikTok, a través de la lente de las experiencias y reflexiones de Abel Planelles, revela una serie de dinámicas complejas y multifacéticas inherentes a la adaptación del periodismo a las plataformas digitales. La incursión de Planelles en TikTok, originalmente no prevista como un canal periodístico formal, y su posterior exploración y éxito en esta plataforma, resaltan tanto las oportunidades como los desafíos que las redes sociales presentan para el periodismo contemporáneo.

Planelles reconoce el potencial de TikTok para transformar la difusión de noticias y contenido informativo, destacando la plataforma como un medio emergente para la práctica periodística. Esta percepción señala un cambio paradigmático en el consumo de medios, particularmente entre las generaciones más jóvenes, quienes cada vez más recurren a plataformas digitales para informarse. Sin embargo, la transición de Planelles hacia una mayor responsabilidad en la verificación de información, que inicialmente era menos rigurosa, subraya un área crítica de preocupación: la credibilidad y la ética periodística en los medios digitales.

La admisión de Planelles de no haber verificado información con el mismo rigor en sus inicios en TikTok plantea interrogantes importantes sobre la fiabilidad del contenido en redes sociales. Aunque su enfoque evolucionó hacia una mayor cautela y verificación a medida que su audiencia crecía, este cambio destaca la necesidad de adherirse a principios éticos y de verificación desde el comienzo, independientemente del tamaño de la audiencia o el medio de difusión.

Esta cuestión no solo toca el ethos y logos aristotélicos del discurso periodístico, donde la credibilidad se construye tanto en el carácter y la ética del comunicador

como en la lógica y veracidad de la información presentada, sino que también refleja la tensión entre los valores periodísticos tradicionales y las prácticas emergentes en plataformas digitales.

Por otro lado, la capacidad de Planelles para adaptarse al formato único de TikTok y su compromiso con desarrollar contenido que resuene con una audiencia diversa y digitalmente nativa, demuestra una innovación significativa dentro del periodismo. Su habilidad para narrar historias complejas de manera concisa y atractiva, alineándose con las expectativas y preferencias de los usuarios de TikTok, ilustra un aspecto positivo de cómo los periodistas pueden expandir su alcance y conectarse con audiencias que de otro modo podrían no estar expuestas a noticias y análisis tradicionales.

Sin embargo, la adaptación al formato breve y visual de TikTok, mientras se mantiene la profundidad y precisión informativa, requiere un equilibrio delicado. El enfoque de Planelles, caracterizado por una combinación de entretenimiento e información, abre un debate sobre cómo los valores fundamentales del periodismo, como la objetividad y la integridad, se pueden preservar y expresar dentro de los límites de las narrativas digitales breves y altamente visualizadas.

5. CONCLUSIONES

5.1. Conclusiones Generales

La investigación revela hallazgos cruciales sobre la adaptación y evolución del periodismo en la era digital, particularmente en plataformas de redes sociales como TikTok. Este estudio pone de manifiesto cómo periodistas y creadores de contenido, representados en la figura de Planelles, han navegado con éxito las aguas del periodismo digital mediante la adaptación de sus estrategias periodísticas a un entorno dominado por la brevedad, la inmediatez y el dinamismo visual. La habilidad de Planelles para capturar y mantener la atención de una audiencia predominantemente joven, a través de la creación de contenido informativo que es a la vez entretenido y accesible, ilustra una adaptación exitosa a las demandas únicas de TikTok.

Este fenómeno subraya un impacto significativo de TikTok en el periodismo, especialmente en términos de distribución de noticias y engagement. La plataforma ha demostrado ser un espacio vital para alcanzar a audiencias que tradicionalmente pueden estar menos comprometidas con los medios de comunicación convencionales, ofreciendo nuevas vías para la interacción y participación del público. La investigación destaca cómo TikTok no solo ha cambiado la manera en que el contenido es producido y consumido, sino que también ha redefinido las expectativas de las audiencias respecto a la rapidez y la forma en que desean recibir la información.

La contribución de este estudio al campo del periodismo digital es multifacética. Al explorar la integración efectiva de prácticas periodísticas en TikTok, se aporta una comprensión valiosa sobre cómo los medios de comunicación pueden adaptarse a las cambiantes dinámicas de las plataformas digitales para mantener su relevancia y eficacia. El análisis detallado de las estrategias de Planelles, desde la selección y verificación de noticias hasta el desarrollo de contenido que equilibra entretenimiento e información, ofrece un modelo replicable y adaptable para periodistas y medios de comunicación que buscan innovar en su aproximación al periodismo digital.

Además, este trabajo recalca la importancia crítica de la verificación de información en un entorno propenso a la desinformación y las noticias falsas. La evolución en el enfoque de Planelles hacia un mayor rigor en la verificación de la información refleja una conciencia creciente sobre la responsabilidad ética de los periodistas en plataformas digitales, reforzando la necesidad de equilibrar la inmediatez con la precisión.

5.2. Importancia de la Verificación de Información

En el contexto actual de la información digital, la verificación emerge como un pilar fundamental para el periodismo en plataformas como TikTok, donde la rapidez y la brevedad predominan. La trayectoria de Abel Planelles ilustra una evolución notable en este ámbito, marcando un precedente significativo para la praxis periodística en redes sociales. Inicialmente, la naturaleza inmediata de TikTok podía inducir a un enfoque menos riguroso en la verificación de

información, sin embargo, conforme Planelles ampliaba su audiencia y su influencia, la necesidad de un mayor rigor se hacía imperativa. Esta transformación subraya la comprensión de que, incluso en plataformas dominadas por el contenido breve y visual, la integridad y la fiabilidad de la información no deben comprometerse.

La importancia crítica de la verificación de información en TikTok se manifiesta en el desafío de mantener la credibilidad ante una audiencia joven y digitalmente nativa, que, si bien valora la rapidez, también es cada vez más consciente de la prevalencia de la desinformación. Planelles, al intensificar su compromiso con la verificación, no solo ha reforzado su propia credibilidad, sino que también ha contribuido a elevar los estándares de fiabilidad dentro de la plataforma. Este enfoque riguroso hacia la verificación se convierte en una oportunidad para educar a la audiencia sobre la importancia de consumir información verificada, fomentando un entorno digital más informado y crítico.

No obstante, este compromiso con la verificación presenta desafíos inherentes, particularmente en lo que respecta a la tensión entre la inmediatez y la precisión. En un entorno donde los primeros en publicar suelen capturar la mayor atención, la pausa necesaria para verificar puede parecer contraproducente. Sin embargo, Planelles ha demostrado que es posible equilibrar ambos aspectos, encontrando formas innovadoras de mantener la relevancia y el engagement sin sacrificar la veracidad del contenido. Este equilibrio se logra a través de la implementación de prácticas de verificación que se integran de manera fluida en el proceso de creación de contenido, asegurando que la información compartida sea tanto oportuna como fidedigna.

La experiencia de Planelles en TikTok revela que, lejos de ser un obstáculo, la rigurosidad en la verificación puede convertirse en una fortaleza distintiva para los periodistas en la plataforma. Al enfrentar y superar estos desafíos, se abren oportunidades para afianzar la relación de confianza con la audiencia, estableciendo un precedente de responsabilidad y ética periodística. En última instancia, la evolución hacia un mayor rigor en la verificación de información en TikTok no solo beneficia a creadores de contenido como Planelles, sino que también contribuye a la construcción de un ecosistema digital más saludable y

confiable, donde la credibilidad se mantiene como un valor inquebrantable en el periodismo moderno.

5.3. Estrategias de Engagement y Narrativa

En la dinámica plataforma de TikTok, el arte de capturar y sostener la atención del público se convierte en un desafío intrigante para el periodismo. La adaptación efectiva de contenidos periodísticos al formato breve y visual característico de esta red social es fundamental. La experiencia de Abel Planelles en este ámbito ofrece un valioso estudio de caso sobre cómo los periodistas pueden navegar con éxito este desafío. Planelles ha demostrado una habilidad excepcional para condensar historias complejas en narrativas atractivas y accesibles, empleando un enfoque que equilibra la precisión informativa con el dinamismo visual y la brevedad exigida por TikTok. Este enfoque no solo asegura que el contenido sea consumible y atractivo para una audiencia acostumbrada a la inmediatez, sino que también mantiene la esencia y el valor informativo del periodismo.

La estrategia de Planelles para adaptar y presentar contenidos en TikTok involucra la creación de historias visuales que son inmediatamente cautivadoras. Utiliza técnicas como el montaje rápido, los textos superpuestos y el uso efectivo de la música para complementar y reforzar el mensaje periodístico, demostrando que la narrativa visual es tan crítica como el contenido textual en el periodismo digital. Esta metodología clarifica la importancia de entender la plataforma y sus usuarios, adaptando el contenido para satisfacer sus preferencias y comportamientos de consumo, sin sacrificar la integridad periodística.

Además de la adaptación de contenidos, la interacción directa con la audiencia juega un papel crucial en la construcción de confianza y en el fomento de una comunidad activa en TikTok. Planelles destaca en este aspecto, aprovechando las funcionalidades interactivas de TikTok para entablar diálogos con su audiencia, responder a comentarios y solicitudes, y crear contenido que resuene con los intereses y preocupaciones de sus seguidores. Esta práctica no solo aumenta el engagement, sino que también fortalece la relación entre el periodista

y su audiencia, estableciendo un vínculo de confianza que es esencial para la credibilidad en el periodismo digital.

La interacción efectiva con la audiencia también implica prestar atención a las métricas de engagement y ajustar las estrategias de contenido basándose en esta retroalimentación. Planelles utiliza este enfoque para identificar qué tipos de historias generan mayor interés y participación, permitiéndole afinar su producción de contenidos para maximizar el impacto y la relevancia. Esta dinámica de prueba y aprendizaje demuestra una comprensión profunda de que el éxito en TikTok no solo depende de qué se cuenta, sino también de cómo se cuenta y cómo se interactúa con la comunidad.

5.4. Limitaciones del estudio

La investigación sobre el impacto del periodismo en TikTok, particularmente a través del análisis del caso de Abel Planelles, proporciona una visión significativa sobre cómo los periodistas y creadores de contenido están adaptando sus estrategias a las plataformas digitales. Sin embargo, este estudio no está exento de limitaciones, especialmente en lo que respecta al alcance de la investigación y a los métodos empleados para recopilar y analizar los datos.

Una limitación clave radica en el enfoque en un caso de estudio específico. Aunque el trabajo de Abel Planelles ofrece un ejemplo ilustrativo de las prácticas periodísticas en TikTok, la singularidad de su enfoque y audiencia puede no ser completamente representativa de la experiencia de otros periodistas en la plataforma. Esta particularidad sugiere que los hallazgos y conclusiones derivados de este caso pueden no ser universalmente aplicables a todos los periodistas que utilizan TikTok como herramienta para la disseminación de noticias. La elección de concentrarse en un solo caso, si bien proporciona una comprensión profunda de las estrategias específicas y el impacto conseguido por Planelles, limita la capacidad del estudio para capturar la diversidad de enfoques y desafíos enfrentados por otros creadores de contenido periodístico en la plataforma.

Desde el punto de vista metodológico, la investigación depende de la combinación de datos cuantitativos y cualitativos específicos para evaluar el

impacto y la efectividad del periodismo en TikTok. Esta dependencia plantea desafíos en términos de generalización de los resultados. Los datos cuantitativos, por ejemplo, pueden ofrecer una visión del engagement y la respuesta de la audiencia, pero su interpretación está sujeta a la variabilidad de los algoritmos de la plataforma y a los patrones de consumo de los usuarios. Por otro lado, los datos cualitativos, recopilados a través de entrevistas y análisis de contenido, proporcionan insights valiosos sobre las percepciones y experiencias de Planelles; sin embargo, estas percepciones son intrínsecamente subjetivas y pueden no reflejar las experiencias de otros periodistas en TikTok.

Estas limitaciones metodológicas recalcan la importancia de la cautela al extrapolar los hallazgos de este estudio a un contexto más amplio. Mientras que los insights derivados ofrecen una ventana hacia las dinámicas del periodismo en TikTok, la generalización de estos resultados a la totalidad del periodismo digital debe hacerse con reconocimiento de las especificidades del caso de estudio y las metodologías empleadas.

5.5. Futuras líneas de investigación

La investigación abre varios caminos para futuras líneas de investigación que podrían expandir considerablemente nuestro entendimiento del periodismo digital y su interacción con las plataformas sociales. A medida que TikTok y otras plataformas similares continúan evolucionando, también lo hace el paisaje del periodismo, presentando tanto nuevos desafíos como oportunidades para los profesionales del medio.

Una dirección prometedora para futuras investigaciones es la realización de estudios comparativos entre diferentes plataformas digitales. Esto incluiría no solo comparar las estrategias periodísticas utilizadas en TikTok con las empleadas en plataformas como Twitter, Instagram, y YouTube, sino también examinar cómo las particularidades de cada plataforma influyen en la narrativa, el engagement, y la verificación de la información. Dicho análisis podría revelar insights valiosos sobre las prácticas óptimas para el periodismo digital en diversos entornos en línea y cómo los periodistas pueden adaptar sus métodos para maximizar la eficacia en cada uno.

Además, la exploración de diferentes géneros periodísticos dentro de TikTok y otras plataformas digitales ofrece otro campo fértil para la investigación. Analizar cómo se adaptan y presentan géneros como el periodismo investigativo, el reportaje de entretenimiento, y la cobertura de noticias de última hora en el formato breve y visual de TikTok podría proporcionar una comprensión más profunda de cómo las limitaciones y capacidades de la plataforma afectan a la presentación y el impacto del contenido periodístico. Este enfoque podría ayudar a identificar estrategias innovadoras para abordar temas complejos y de gran envergadura en formatos condensados.

La evaluación de tendencias emergentes en TikTok y su impacto potencial en el periodismo representa otra área crítica para futuras investigaciones. A medida que TikTok introduce nuevas funciones y actualizaciones, es esencial examinar cómo estas innovaciones pueden ser aprovechadas por los periodistas para mejorar la distribución de noticias, el engagement con la audiencia y la lucha contra la desinformación. Investigar estas tendencias también podría arrojar luz sobre los desafíos emergentes relacionados con la privacidad, la seguridad de los datos, y la regulación de contenido en plataformas digitales.

Finalmente, el impacto social y político del periodismo en TikTok merece una atención especial. Futuros estudios podrían centrarse en cómo el contenido periodístico en TikTok influye en la formación de opinión pública, la participación cívica, y el debate político, especialmente entre las audiencias jóvenes. Estas investigaciones no solo contribuirían a un entendimiento más amplio del poder de las plataformas digitales en la sociedad contemporánea, sino que también podrían informar sobre prácticas periodísticas que fomenten una ciudadanía informada y activa.

6. BIBLIOGRAFÍA

1. Albright, J. (2017). The #Election2016 Micro-Propaganda Machine. Columbia Journalism Review.
2. Amorós, M. (2018). Fake news: La nueva arma de destrucción masiva. Ediciones Deusto.

3. Arrieta Castillo, C. & Rubio Jordán, A. V. (2023). Uso de TikTok en el fact-checking periodístico. *Revista de Investigación en Comunicación y Periodismo*.
4. Bell, E. (2020). The modern dilemma of TikTok journalism. *Columbia Journalism Review*.
5. European Commission. (2018). A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation.
6. García-Vivero, M. & López, H. (2021). *Fact-checking en la era de la posverdad*. Editorial UOC.
7. Global Web Index. (2020). *Social Media Trends Report*.
8. Hendrickx, J. (2023). TikTok and the evolution of digital journalism. *Digital Journalism Studies*.
9. Hermida, A. (2016). Social media and journalism: Challenges and opportunities. *Digital Journalism*, 4(1), 1-12.
10. Lewis, S. C. & Molyneux, L. (2018). Journalism innovation and the ecology of news production: Institutional tendencies. *Journalism & Communication Monographs*, 20(2), 92-128.
11. Lazer, D. et al. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096.
12. Mazaira, A., Rúas, J., & Puentes, M. (2019). Impact of fake news in journalism and social communication. *Journal of New Approaches in Educational Research*, 8(2), 190-204.
13. Newman, N. (2021). *Journalism, media, and technology trends and predictions 2021*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
14. Pew Research Center. (2021). *News Use Across Social Media Platforms in 2021*.
15. Preston, J. et al. (2021). The spread of fake news by social bots. *The Journal of Social Media in Society*, 10(2).
16. Rodríguez-Fernández, L. (2021). La diseminación de la desinformación en las redes sociales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 76, 141-160.

17. Rosenblatt, H. (2020). The relationship between social media and journalism. New York University Press.
18. Salaverría, R. (2020). Desafíos del periodismo en la era de la desinformación. Anuario ThinkEPI, 14, e14e05.
19. Sensor Tower. (2021). TikTok global usage statistics.
20. Terol, C. & Alonso, G. (2020). TjTool: Herramienta de transparencia periodística. Revista de Comunicación y Tecnología, 5(1), 10-25.
21. Universidad de Toronto. (2021). TikTok as a tool for academic communication: Opportunities and challenges.
22. Vázquez-Herrero, J., Negreira-Rey, M. C., & Rodríguez-Vázquez, A. I. (2021). TikTok as a news source: Opportunities and challenges. Journalism Practice.
23. Wagner, M. (2017). Speed and quality in journalism. Journalism Studies, 18(1), 1-17.