

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IDIOMAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



TESIS

**USO DE LA RED SOCIAL TIKTOK COMO ESTRATEGIA COMUNICATIVA EN
LA MULTIPLATAFORMA DE SUPER STAR NOTICIAS CUSCO - 2024**

PRESENTADA POR:

Br. MARY CARMEN BAUTISTA RADO

Br. MARILYN ROSA CAMPOS MENACHO

**PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL
DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

ASESOR:

Dr. GABINO ALBERTO GARCÍA CAMPANA

CUSCO – PERÚ

2025

INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, Asesor del trabajo de investigación/tesis titulada: Uso de la red social TIKTOK como estrategia comunicativa en la multiplataforma de Super Star Noticias Cusco - 2024.

Presentado por: Mary Carmen Bautista Rado DNI N° 74126297

presentado por: Marilyn Rosa Campos Menacho DNI N° 71336809

Para optar el título profesional/grado académico de Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 2 veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 6 %.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	<input checked="" type="checkbox"/>
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	<input type="checkbox"/>
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	<input type="checkbox"/>

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y adjunto las primeras páginas del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 23 de mayo de 2025


Firma

Post firma Gabriel Alberto García Campaña

Nro. de DNI 23833109

ORCID del Asesor 0000-0002-5921-5634

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: oid: 27259:461242960

MARY CARMEN MARILYN ROS BAUTISTA RADO...

USO DE LA RED SOCIAL TIKTOK COMO ESTRATEGIA COMUNICATIVA EN LA MULTIPLATAFORMA DE SUPER STAR ...

 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::27259:461242960

Fecha de entrega

21 may 2025, 3:54 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

21 may 2025, 4:43 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

Tesis Turnitin 21 mayo.docx

Tamaño de archivo

51.9 MB

146 Páginas

29.416 Palabras

175.299 Caracteres

6% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- ▶ Crossref database
- ▶ Crossref posted content database

Exclusions

- ▶ 288 Excluded Matches

Top Sources

- 5%  Internet sources
- 0%  Publications
- 4%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

DEDICATORIA

Para mis padres, por brindarme una educación y acompañarme durante toda mi formación profesional, enseñándome a perseverar y sobresalir en todo lo que me proponga. A mis hermanas, que son mi motivo para alcanzar mis metas y ser la inspiración para salir adelante pese a todas las adversidades. Por último, a mi pequeña Isis, por permanecer a mi lado hasta altas horas de noche y hacerme sentir su amor genuino.

Br. Mary Carmen Bautista Rado

Para mis papás, Maria Rosa Menacho y Cesar Campos y a mi hermano Frank, por haberme acompañado todo este tiempo y ser mi inspiración para crecer como persona y como profesional, por brindarme su amor, cariño y paciencia de manera incondicional, quienes siempre me impulsaron a seguir adelante y no rendirme; sin ellos, habría sido imposible llegar hasta aquí.

Br. Marilyn Rosa Campos Menacho

AGRADECIMIENTO

Especialmente a nuestra casa de estudios la tricentenaria Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, en cuyas aulas adquirimos conocimientos y valores que permitieron nuestra formación personal y profesional. Asimismo, a nuestra Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación que contribuyeron en el desarrollo de habilidades y capacidades para lograr nuestros objetivos con compromiso y responsabilidad ante la sociedad.

A nuestro asesor, el Dr. Alberto García Campana, por su guía incesante y enseñanza incondicional durante el desarrollo de este trabajo académico. A la Dra. Gladys Georgina Concha Flores por brindarnos conocimientos previos en las aulas universitarias y darnos soporte en temas metodológicos.

A nuestros amigos por los buenos momentos vividos dentro y fuera de la etapa universitaria, con quienes compartimos experiencias inolvidables.

Finalmente, al medio de comunicación Super Star Noticias, quienes apoyaron entusiasta y responsablemente el desarrollo del trabajo de investigación.

Br. Mary Carmen Bautista Rado

Br. Marilyn Rosa Campos Menacho

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTO.....	II
ÍNDICE GENERAL.....	III
ÍNDICE DE TABLAS.....	VII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VIII
PRESENTACIÓN.....	IX
RESUMEN.....	XI
ABSTRACT.....	XII
INTRODUCCIÓN.....	XIII
CAPÍTULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1 Situación problemática.....	1
1.1.1. Diagnóstico.....	2
1.1.2 Pronóstico.....	3
1.1.3 Control del pronóstico.....	3
1.2 Formulación del problema.....	4
1.2.1 Problema general.....	4
1.2.2 Problemas específicos.....	4
1.3 Justificación de la investigación.....	4
1.3.1 Justificación teórica.....	4
1.3.2 Justificación práctica.....	4
1.3.3 Justificación social.....	4

1.3.4 Justificación metodológica.....	6
1.4 Objetivos de la investigación.....	6
1.4.1 Objetivo general.....	6
1.4.2 Objetivos específicos.....	6
CAPÍTULO II.....	7
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	7
2.1 Bases teóricas.....	7
2.1.1. La comunicación.....	7
2.1.2 Teorías de la Comunicación.....	8
2.1.3 Redes sociales.....	9
2.1.4 TikTok.....	12
2.2.2 Estrategias comunicativas.....	17
2.2.3 Multiplataforma de Super Star Noticias.....	21
2.2 Marco conceptual.....	23
2.3 Antecedentes empíricos de la investigación.....	25
2.3.1 Antecedentes a nivel internacional.....	25
2.3.2 Antecedentes a nivel nacional.....	27
2.3.3 Antecedentes a nivel local.....	28
CAPÍTULO III.....	30
HIPOTESIS Y VARIABLES.....	30
3.1 Hipótesis.....	30
3.2 Hipótesis general.....	30

3.3 Hipótesis específicas.....	30
3.4 Identificación de variables e indicadores.....	30
3.5 Operacionalización de variables.....	32
CAPÍTULO IV.....	35
METODOLOGÍA.....	35
4.1 Ámbito de estudio: localización política y geográfica.....	35
4.2 Tipo y nivel de investigación.....	36
4.3 Unidad de análisis.....	36
4.4 Población de estudio.....	37
4.5 Tamaño de muestra.....	37
4.6 Técnicas de selección de muestra.....	39
4.7 Técnicas e instrumento de recolección de información.....	39
4.8 Técnicas de análisis e interpretación de la información.....	39
CAPÍTULO V.....	41
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	41
5.1 Resultados de la investigación.....	41
5.2. Guía de observación aplicada a los vídeos del TikTok de Super Star Noticias.....	44
5.3 Resultados de las entrevistas.....	90
5.4 Entrevistas y análisis.....	90
5.5 Discusión.....	105
CAPÍTULO VI.....	108
PROPUESTA.....	108

6.1. Denominación del Proyecto.....	108
6.2. Descripción.....	108
6.3. Justificación.....	109
6.4. Finalidad de la propuesta.....	109
6.5. Plan de acción del proyecto.....	109
6.5.1 Fase 1.....	109
6.5.2 Fase 2.....	110
6.5.3 Fase 3.....	111
6.6. Consideraciones.....	114
CONCLUSIONES.....	116
RECOMENDACIONES.....	118
BIBLIOGRAFÍA.....	119
ANEXOS.....	127
ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	128
ANEXO 2: GUÍA DE ENTREVISTA.....	130
ANEXO 3: REGISTRO FOTOGRÁFICO.....	132

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Operacionalización variable red social TikTok</i>	32
Tabla 2 <i>Operacionalización variable estrategia comunicativa</i>	33
Tabla 3 <i>Operacionalización variable multiplataforma</i>	34
Tabla 4 <i>Población de estudio</i>	37
Tabla 5 <i>Guía de observación de videos de la plataforma de TikTok de Super Star Noticias</i> ..	44
Tabla 6 <i>Guía de entrevista 01</i>	90
Tabla 7 <i>Guía de entrevista 02</i>	94
Tabla 8 <i>Guía de entrevista 03</i>	99
Tabla 9 <i>Propuesta de elaboración de guión</i>	110
Tabla 10 <i>Propuesta de tipografía en logo y publicaciones</i>	113

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Modelo Comunicativo de Shannon</i>	8
Figura 2 <i>Logo de Super Star Noticias</i>	21
Figura 3 <i>Mapa del distrito de Wanchaq</i>	35
Figura 4 <i>Propuesta de logo</i>	112
Figura 5 <i>Simulación de estructura gráfica</i>	113
Figura 6 <i>Prueba real de estructura gráfica</i>	114

PRESENTACIÓN

Señora:

Decana de la Facultad de Comunicación Social e Idiomas de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

Señores miembros del jurado:

De acuerdo con el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Comunicación Social e Idiomas de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, pongo a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulada: USO DE LA RED SOCIAL TIKTOK COMO ESTRATEGIA COMUNICATIVA EN LA MULTIPLATAFORMA DE SUPER STAR NOTICIAS CUSCO-2024, con la finalidad de optar el Título Profesional de Licenciadas en Ciencias de la Comunicación.

El presente trabajo de investigación ha sido motivado por el interés de informar sobre las nuevas tendencias digitales que se utilizan en la actualidad y que todos los medios de comunicación deben saber utilizar, el uso adecuado de estos canales de comunicación conllevan a lograr un gran alcance informativo, ya que consideramos a las nuevas plataformas digitales como aliados para informar en públicos juveniles.

El estudio se desarrolló durante el año 2024, en los que se analizaron las estrategias comunicativas aplicadas a los contenidos audiovisuales de la plataforma de TikTok de Super Star Noticias, de la misma forma reflejamos los conocimientos adquiridos durante nuestra formación académica.

El objetivo del trabajo de investigación es analizar el uso de la red social TikTok como estrategia comunicativa aplicada en la multiplataforma de Super Star Noticias durante el segundo trimestre del año 2024.

Br. Mary Carmen Bautista Rado

Br. Marilyn Rosa Campos Menacho

RESUMEN

La investigación titulada “USO DE LA RED SOCIAL TIKTOK COMO ESTRATEGIA COMUNICATIVA EN LA MULTIPLATAFORMA DE SUPER STAR NOTICIAS CUSCO-2024”, tiene como principal objetivo analizar el uso de la red social TikTok como estrategia comunicativa en la multiplataforma de Super Star Noticias Cusco-2024, la metodología empleada tiene un enfoque descriptivo de nivel explicativo y diseño no experimental. La población estuvo conformada por 245 videos publicados en TikTok por Super Star Noticias durante el segundo trimestre del año 2024; y la muestra fue de 150 videos, que conformaron la unidad de análisis por medio de un procedimiento no probabilístico aleatorio.

Los resultados de la investigación indicaron que la red social TikTok cumple una función importante dentro de las estrategias comunicativas que utiliza el medio de comunicación, valiéndose de las características que posee la plataforma para cumplir un objetivo en común que es generar contenido verídico y de interés para los usuarios.

Por último, se concluye que la red social TikTok, desarrollada como una estrategia comunicativa, tiene un uso significativo en la multiplataforma de Super Star Noticias. A través de la plataforma digital, los colaboradores dan un tratamiento adecuado a la información para compartirla con los usuarios.

Palabras clave: Estrategia comunicativa, red social TikTok, multiplataforma, Super Star Noticias.

ABSTRACT

The research titled "USE OF THE SOCIAL NETWORK TIKTOK AS A COMMUNICATIVE STRATEGY IN THE MULTIPLATFORM OF SUPER STAR NOTICIAS CUSCO-2024" aims to analyze the use of the social network TikTok as a communicative strategy in the multiplatform of Super Star Noticias Cusco-2024. The methodology employed follows a descriptive approach at an explanatory level with a non-experimental design. The population consisted of 245 videos published on TikTok by Super Star Noticias during the second quarter of 2024, and the sample comprised 150 videos, which formed the unit of analysis through a non-probabilistic random procedure.

The research results indicated that the TikTok social network plays a crucial role in the communicative strategies used by the media outlet, leveraging the platform's characteristics to achieve a common goal: generating truthful and engaging content for users.

Finally, the study concludes that TikTok, when developed as a communicative strategy, has a significant role in the multiplatform of Super Star Noticias. Through the digital platform, collaborators appropriately process information to share it with users.

Keywords: Communicative strategy, TikTok social network, multiplatform, Super Star Noticias.

INTRODUCCIÓN

Durante la época de la pandemia de la Covid-19, la red social TikTok ha cobrado gran relevancia en temas de entretenimiento y pasatiempo en el confinamiento, sin embargo con el pasar de los años esta plataforma digital se ha convertido en una de las redes más utilizadas principalmente por el público juvenil, también los medios de comunicación han innovado al hacer uso del aplicativo para mantener informada a la población sobre los acontecimientos más importantes y trascendentales en el Perú y el mundo.

Actualmente, en el departamento del Cusco son diversos los medios de comunicación que utilizan la plataforma de TikTok para mantener informada a la población y uno de ellos es Súper Star Noticias, uno de los primeros medios de comunicación en integrarse a los cambios tecnológicos de la era digital, obteniendo buenos resultados y logrando un gran alcance en sus publicaciones.

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad analizar el uso de la red social TikTok como estrategia comunicativa en la multiplataforma de Super Star Noticias, considerando importantes las características que posee esta plataforma digital y el nivel de conocimiento previo de los colaboradores del medio de comunicación que, con un trabajo conjunto logran alcanzar los resultados esperados y posicionar la cuenta de Super Star Noticias como un referente en la ciudad del Cusco.

Por ello, este trabajo de investigación se realizó tomando en cuenta los siguientes capítulos:

CAPÍTULO I: Este primer capítulo, comprende el planteamiento del problema, en el que se describe la situación problemática, que conlleva a la formulación del problema, posteriormente se presenta la justificación del trabajo de investigación, donde se argumenta la importancia de la investigación desde una justificación teórica, metodológica, práctica y social; luego se indica los objetivos formulados en la investigación.

CAPÍTULO II: Aborda el soporte teórico en el que se basa la investigación, iniciando con las bases teóricas de la comunicación, para ingresar de forma más específica a las redes sociales, y desarrollar la variable independiente TikTok y dependiente estrategias comunicativas, asimismo, se presenta el marco conceptual con los términos más importantes usados en la investigación y contextualizados de acuerdo al trabajo.

Además, se identifican los antecedentes relaciones a la investigación que servirán como referencia para el desarrollo de nuestras variables y como preámbulo al trabajo.

CAPÍTULO III: Este capítulo abarca las hipótesis planteadas para esta investigación desarrolladas en base a los problemas formulados previamente, de la misma forma, se presenta las variables dependientes e independientes con su respectiva operacionalización lo cual permite dar a conocer la definición operacional y conceptual, desintegrándose en las dimensiones e indicadores,

CAPÍTULO IV: Se da a conocer el desarrollo del marco metodológico de la investigación iniciando con la identificación del ámbito de estudio a partir de la localización política y geográfica de nuestra unidad de análisis. Además, se caracteriza el tipo de investigación cualitativa de nivel explicativo y nivel no experimental, así mismo identificamos la unidad de análisis del contenido de TikTok de Super Star Noticias y el tamaño de muestra que está constituida por el contenido previamente seleccionado.

CAPÍTULO V: En este capítulo se pone en conocimiento los resultados obtenidos en la investigación, representada en una tabla que sirve como guía de observación, así como las entrevistas realizadas a los colaboradores previamente seleccionados. También, se presenta la discusión de los resultados que, evidencian la importancia del TikTok como una estrategia comunicativa en la multiplataforma del medio de comunicación.

CAPÍTULO VI: Se plantea una propuesta específicamente para la plataforma de TikTok, tomando en cuenta las variables abordadas y los resultados obtenidos en la investigación, desarrollando cada ítem que conlleva a la implementación de la propuesta.

Finalmente, se exponen las conclusiones y recomendaciones, así como la bibliografía y anexos que incluyen la matriz de consistencia, guía de observación, guía de entrevista y fotos registradas.

Br. Mary Carmen Bautista Rado

Br. Marilyn Rosa Campos Menacho

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Situación problemática

Las redes sociales desde su creación han experimentado diversos cambios, que han hecho posible que más personas se conecten e interactúen con otras en todas partes del mundo, una red social es una estructura formada en internet que permite que personas u organizaciones compartan interés o valores en común con el propósito de construir nuevas conexiones o solo mantener las existentes.

Constante, A. (2013), considera que, una red social es un portal en internet que permite a las personas crear un perfil público o semipúblico dentro de los límites de la plataforma digital, que ofrece servicios variados y en que en su mayoría están constituidas por un grupo de personas ligado por intereses comunes, abierto a compartir pensamientos, pero también pedazos de la propia vida, desde enlaces a sitios que consideran interesantes hasta las fotografías o los propios videos personales.

Una de las redes sociales más usadas en la actualidad es la plataforma digital de TikTok, que hizo su lanzamiento en el 2016 por la compañía China Byte Dance para crear videos cortos de distintos géneros. En el 2023, esta red social contaba con más de 1,051 millones de usuarios activos al mes en el mundo y se ha convertido en una plataforma ajustada a la realidad virtual en donde prima la espontaneidad.

El uso de la red social TikTok permite crear y compartir videos (de 15 segundos como mínimo hasta 10 minutos como máximo). Si bien su auge comenzó a posicionarse como una nueva red social de entretenimiento, actualmente se enfoca en más allá de solo crear videos de diversión.

La plataforma de TikTok de Super Star Noticias fue creada el 20 de febrero del 2023 como una propuesta innovadora en el mundo de las telecomunicaciones del Cusco, haciendo uso de esta plataforma se busca difundir la noticia a diferentes partes del mundo aplicando una serie de estrategias para lograr un máximo alcance. Durante el año 2024 alcanzó su mayor auge obteniendo 41 200 seguidores de diferentes partes del mundo, logrando así posicionarse en Cusco como un medio referente en la plataforma de TikTok que brinda información local, nacional e internacional.

No obstante, uno de los problemas más recurrentes en los medios de comunicación del Cusco es que, debido a la inmediatez que exige la plataforma para publicar información, muchas veces se deja de lado la profundidad de los acontecimientos, afectando así el desarrollo del periodismo de investigación. Esto, a su vez, conlleva a una falta de calidad informativa y a la pérdida de credibilidad como medio de comunicación ante su audiencia.

1.1.1. Diagnóstico

En ese contexto en el Cusco, muchos medios de comunicación han optado por crear perfiles en TikTok como una forma de innovar y adaptarse a las nuevas tendencias digitales. Sin embargo, en varios casos, esta decisión responde más a la presión por "estar a la moda" y alcanzar altos niveles de visibilidad, priorizando la inmediatez y el crecimiento en seguidores por encima de la calidad informativa. Esta búsqueda de estadísticas elevadas en la plataforma puede llevar a que se descuide la rigurosidad y veracidad en el tratamiento de la información.

Es el caso de la multiplataforma de Super Star Noticias, un medio de comunicación que dispone una cuenta de TikTok donde emite contenido periodístico de diferentes índoles, como deportes, entretenimiento, noticias, entrevistas, entre otros; y con la ayuda de las estrategias comunicativas ha logrado posicionarse como uno de los medios de comunicación con mayor cantidad de audiencia en dicha plataforma.

Igualmente, la red social TikTok es una plataforma digital que cumple un papel fundamental a nivel informativo, especialmente después de la pandemia de la Covid-19, los cibernautas se trasladaron a esta nueva aplicación tecnológica donde la información se emite de forma rápida y precisa.

1.1.2 Pronóstico

Los medios de comunicación al cumplir un rol informativo tienen el valor fundamental de difundir la noticia de forma verídica, relevante y actual de acuerdo a los acontecimientos cotidianos; sin embargo, en la actualidad varios medios de comunicación no aplican las estrategias comunicativas adecuadas para informar, simplemente se dejan llevar por la competencia de otros medios digitales formales e informales, por lo que, a futuro puede traer como consecuencia la pérdida de credibilidad de las noticias mediante esta plataforma.

Del mismo modo, la importancia de aplicar estrategias comunicativas en TikTok es fundamental para la difusión del mensaje; y la pérdida de audiencia significa una inadecuada aplicación de herramientas comunicativas dentro de un medio de comunicación, que como punto final tendría el desprestigio de la población.

1.1.3 Control del pronóstico

La aplicación de estrategias comunicativas en las redes sociales, y en especial en el TikTok representan una alternativa significativa para contribuir con brindar información objetiva, verídica y oportuna a la población, la importancia de difundir mensajes concretos y corroborados radica en la labor que cada medio de comunicación cusqueño debe cumplir.

De igual forma, se deben tomar en cuenta las restricciones que posee la plataforma sobre la difusión de mensajes, el tratamiento de la información debería ser un pilar como estrategia comunicativa de las empresas dedicadas a este rubro y mundo informativo.

No obstante, en Cusco debemos promover el periodismo responsable entre medios para el posicionamiento y crecimiento de cada empresa, de esta forma podemos lograr la acreditación y aceptación de la población como un referente en el mundo periodístico.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

PG: ¿De qué manera la red social TikTok es usada como estrategia comunicativa en la multiplataforma de Super Star Noticias Cusco-2024?

1.2.2 Problemas específicos

PE1: ¿Qué características se usan de la red social TikTok como estrategia comunicativa en la multiplataforma de Super Star Noticias Cusco-2024?

PE2: ¿Cuál es el nivel de conocimiento del personal que utiliza la red social TikTok como estrategia comunicativa en la multiplataforma de Super Star Noticias Cusco-2024?

1.3 Justificación de la investigación

1.3.1 Justificación teórica

El presente proyecto de investigación tiene como finalidad aportar al conocimiento sobre la importancia del uso de estrategias comunicativas en la difusión de información y su significancia para tratar asuntos de interés social y cultural en la sociedad.

El uso de estrategias comunicativas en un medio de comunicación cusqueño es un panorama teórico con pocas referencias y analizar la aplicación de estas herramientas dentro de un medio de comunicación permite ampliar el panorama teórico sobre la importancia que tienen los medios de comunicación al empleo estrategias comunicativas en su plataforma de TikTok, de esta manera contribuye al periodismo responsable del Cusco.

1.3.2 Justificación práctica

La identificación de las características de TikTok como estrategias comunicativas en la multiplataforma de Super Star Noticias permitirá conocer la gran utilidad del empleo de

estos métodos para la creación de contenidos en dicha plataforma digital con la finalidad de que otros medios de comunicación puedan tomarlo como referente.

Asimismo, la investigación pretende elevar el nivel de conocimiento sobre el empleo de estrategias comunicativas en plataformas digitales que sirvan como soporte académico dentro del periodismo, lo cual en la actualidad resulta imprescindible para la creación de contenido informativo en un medio de comunicación cusqueño debido a la importancia del tratamiento de la información convertida en noticias que es consumida por la población.

1.3.3 Justificación social

Se considera que la investigación es importante socialmente porque los resultados del proyecto permitirán no solo identificar las principales características que posee la red social TikTok como estrategia comunicativa en la multiplataforma de Super Star Noticias como un medio de comunicación cusqueño, sino también, aportará a otros medios de comunicación a identificar las estrategias de comunicación adecuadas y convenientes para promover sus medios.

La multiplataforma de Super Star Noticias es un medio de comunicación cusqueño que congrega y convoca a un conjunto de profesionales de la comunicación, promotores deportivos, artistas e investigadores regionales, nacionales e internacionales, cuyas ideas y propuestas poseen gran relevancia en la población cusqueña, por ello es necesaria la difusión de sus mensajes por diferentes plataformas.

En ese contexto el uso de estrategias comunicativas dentro de un medio de comunicación y difundidas por TikTok son esenciales ya que se evidencia una problemática importante en esta era digital, que es la falta de aplicación de métodos adecuados en redes sociales para difundir mensajes, lo cual genera la pérdida de valor y credibilidad de los diferentes medios de comunicación cusqueños y la preferencia a medios nacionales.

1.3.4 Justificación metodológica

La investigación queda metodológicamente justificada en la medida que se desarrollará instrumentos de acopio de datos con un enfoque cualitativo de la investigación, donde se hará el uso del instrumento de recolección de datos, en este caso se aplicará la técnica de investigación científica basada en la observación y bajo un protocolo de análisis, de la misma forma se hará uso de las entrevistas para el personal que maneja la red social TikTok en la multiplataforma de Super Star Noticias.

En esa misma línea el protocolo de investigación nos ayudará a identificar de forma breve, clara y estructurada los usos del TikTok como estrategia comunicativa en la multiplataforma de Super Star Noticias para de esta manera proporcionarnos consistencia y trabajo más claro en la investigación.

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo general

OG: Analizar el uso de la red social TikTok como estrategia comunicativa en la multiplataforma de Super Star Noticias Cusco-2024.

1.4.2 Objetivos específicos

OE1: Identificar las características que usa la red social TikTok como estrategia comunicativa en la multiplataforma Super Star Noticias Cusco-2024.

OE2: Determinar el nivel de conocimiento del personal que utiliza la red social TikTok como estrategia comunicativa en la multiplataforma Super Star Noticias Cusco-2024.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1 Bases teóricas

2.1.1. La comunicación

Desde sus inicios, el ser humano ha sabido comunicarse ya sea con sonidos básicos acompañados de gestos, hasta la actualidad en donde se utiliza un lenguaje avanzado dependiendo de las clases económicas, géneros y características sociales.

Para Paladines, F. (2012), define a la comunicación y la información como ideas trascendentales que pueden ver las incidencias de operatividad en la práctica. Según Moliné, M. (1999), la comunicación partiendo del punto de vista etimológico proviene del latín “communicare” que significa compartir, para Fernández, L. (1995) la comunicación se utiliza para formar un vínculo que nos permite relacionarnos entre personas, ósea, al comunicarnos queremos establecer algo en común con alguien.

También, Tamayo, M. (2006) plantea que la comunicación puede definirse desde varias perspectivas, ya sean como un objeto, un fin, una estrategia, un proceso y un fenómeno, que intercambian ideas o significados complejos entre dos o más entidades.

Según Chiavenato, I. (2006), la comunicación es un proceso fundamental de intercambio de información entre personas, volviendo común un mensaje o una información dentro de una organización social.

Por lo tanto, la comunicación es un proceso de transmisión o intercambio de información en común mediante un conjunto de símbolos que busca crear experiencia humana dentro de un entorno.

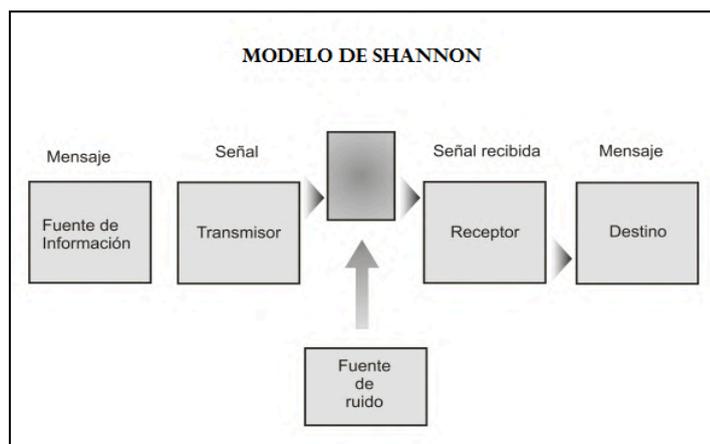
2.1.2 Teorías de la Comunicación

Se encarga de estudiar el intercambio de información y establecimiento de relaciones entre los seres humanos a través de diferentes medios. Comprende desde la creación, transmisión, recepción, mensaje, contexto, ruido y la retroalimentación que influyen en la eficacia de la comunicación, el proceso comunicativo requiere de esos elementos primordiales para ser efectivo. Claude Shannon, C. (1920), conocido como el padre de la teoría de la información desarrolló aspectos fundamentales para la comunicación enfocándose en elementos cruciales como emisor, receptor, canal, mensaje y ruido.

Shannon, C. (1948) propone un sistema general de la comunicación que parte desde una fuente de información, el transmisor emite una señal, la cual viaja por un canal, pero en el transcurso puede ser interrumpida por algún ruido. La señal es emitida por una canal, que llega a un receptor y decodifica la información convirtiéndola en un mensaje para un destinatario; este modelo de la Teoría de la Información busca determinar la forma más segura, económica y rápida de codificar un mensaje sin que la presencia del ruido altere la transmisión.

Figura 1

Modelo Comunicativo de Shannon



Fuente: Teorías de la Comunicación, 2019.

a. Elementos de la comunicación:

Para que se establezca la comunicación entre dos o más personas es relevante destacar la importancia de que exista un feedback, esto supone la ratificación para entender un mensaje y generar una respuesta por parte del receptor hacia la información recibida.

Según Shannon, C. (1948), los elementos más destacados de la teoría de la comunicación son:

- Fuente: Es el elemento más indispensable, encargado de originar el mensaje.
- Emisor: Se encarga de la transmisión del mensaje.
- Canal: Medio por el cual se transporta el mensaje.
- Receptor: Es el encargado de recibir la información y capaz de entender el mensaje para que el proceso se haya realizado con éxito.

b. Importancia de la teoría de la comunicación:

La teoría de la comunicación es importante debido a que manifiesta el mecanismo y la forma en el que inicia un proceso comunicativo; gracias a la comunicación se potencian las relaciones humanas, se comparten ideas, consiguen metas y se aclaran problemas.

2.1.3 Redes sociales

Desde su aparición las redes sociales han marcado un hito trascendental en la difusión de mensajes, debido a su alcance, características e impacto en la sociedad.

El inicio de las redes sociales se remonta a la década de 1990, pero fue en el 2004 cuando las redes sociales realmente obtuvieron su mayor apogeo, especialmente el Facebook fundado por Mark Zuckerberg que se convirtió rápidamente en un fenómeno mundial y fundó las bases para la creación de las demás redes sociales.

Para Celaya, J. (2008), las redes sociales son espacios en internet donde los individuos publican y comparten todo tipo de información personal y profesional con terceras personas, sean estos conocidos o desconocidos.

De la misma forma, de acuerdo a Gallego, J. (2010) considera que una red social es un conjunto de individuos que están relacionados entre sí por diversas razones y diferente índole, que pueden ser amistad, laboral, actividades económicas o cualquier otro interés en común.

Según Ojeda y Grandío (2012) las redes sociales forman parte de la vida diaria de las empresas y medios de comunicación, lo que ha llevado a que se intensifique un ecosistema digital, planifique y desarrolle estrategias de comunicación que rijan el determinado uso de herramientas para permitir estar más cerca de público mediante la interacción y creación de comunidades virtuales.

En ese sentido, Tejada, Batista y Valderrama (2019), desprende una similitud en todos los conceptos de las redes sociales, y es que en su gran mayoría una red social ayuda a la conexión de las comunidades de usuarios en internet para el intercambio de ideas, acontecimientos o eventos importantes que se susciten en la vida cotidiana.

2.1.3.1 Características

Las redes sociales se utilizan para diversos fines, ya sean sociales, laborales o de ocio, que han permitido desarrollar una nueva concepción de los espacios públicos basada en el acceso al internet, en otras palabras, una red social es el punto de encuentro de millones de usuarios procedentes de diversas partes del mundo, por ello Rivero, J. (2019) demuestra las características más importantes que posee una red social o plataforma digital:

a. Conectividad: Una de las principales características que posee la red social es que permite que personas conocidas o desconocidas de diferentes países puedan mantener un contacto cercano o vínculo entre ellos, los individuos comparten intereses comunes. La

conectividad no tiene un límite pues es posible agregar o seguir a cualquier persona que así lo decida.

b. Interacción: La red social permite a los usuarios mantener una interacción entre ellos, al expresarse y establecer conversaciones de forma directa o indirecta para mejorar las relaciones.

c. Personalización: Cada cuenta en una red social mantiene una propia configuración y se ajusta a las preferencias de cada persona, por ello un perfil puede ser público o privado, depende de la decisión del usuario o empresa.

d. Tiempo real: El envío de mensajes de forma instantánea permite al individuo interactuar en tiempo real con otro usuario, de esta manera es posible mantener una comunicación continua entre las personas que tengan intereses comunes.

e. Viralidad: Se refiere a un término que actualmente se ha convertido popular, gracias al tipo de contenido que se propaga a gran velocidad a través de las redes sociales, la exhibición de este contenido es muy atractivo para las empresas.

2.1.3.2 Tipos de redes sociales

En la era digital que vivimos las redes sociales se han convertido en parte fundamental de nuestra vida cotidiana, millones de personas conectadas en línea han revolucionado la forma en que compartimos información sobre el mundo que nos rodea. Por lo expuesto, Fernández, R. (2023) estudia a las redes sociales más conocidas y utilizadas a nivel mundial que han dejado huella en la sociedad por su manera única y nueva forma de interacción.

a. Facebook: Es la red social más famosa del mundo al ser muy atractiva y fácil de usar, cuenta con millones de usuarios que crecen a diario debido a la popularidad que posee esta plataforma a nivel mundial.

b. Instagram: Otra red social utilizada es Instagram, que ha ganado popularidad entre los usuarios gracias a las opciones de fotografía y vídeo que ha sabido integrar de forma sencilla y atrayente para los usuarios.

c. TikTok: Podríamos decir que TikTok es la red social del momento, pues se trata de una aplicación para crear y compartir videos cortos y resulta atractiva a comparación del resto.

d. YouTube: Los usuarios tienen interés en esta plataforma ya que permite compartir y escuchar música de forma instantánea. Además, realizar transmisiones en vivo para que las demás personas puedan conectarse en tiempo real y que las demás personas puedan emitir comentarios en tiempo real parecido a otras redes sociales.

e. LinkedIn: En su mayoría es utilizada por profesionales y empresas, orientada al uso empresarial, negocios y empleo.

2.1.4 TikTok

Para Moshin. M. (2021), la red social TikTok se define como una empresa dedicada a capturar y presentar creatividad de los momentos más relevantes de la vida cotidiana mediante un teléfono móvil, esta plataforma permite a todos los individuos ser creadores y expresarse creativamente a través de sus videos.

La plataforma de TikTok fue lanzada al público en el año 2016, cuyo fundador es Zhang Yiming una de las personas más ricas de China y dueño de la empresa tecnológica donde se encuentra TikTok, Bytedance. Pero, fue en el año 2018 cuando esta aplicación pudo estar disponible a nivel mundial tras fusionarse con Musical.ly, otro servicio de red social.

Consiste en una plataforma digital usada en la creación y edición de clip de video cortos que tienen la duración de hasta 10 minutos como máximo, posteriormente son subidos a la red y compartidos, además cuenta con un servicio de mensajería que permite interactuar entre los usuarios. También, incorpora variedad de efectos creativos, inteligencia artificial y

géneros musicales que pueden ser incorporados a los videos, esta plataforma social permite compartir diversos contenidos con diferentes formas de expresión así lo afirmó su creador Zhan Yiming.

Según Torres, A; De Santis, A; Vintimilla, D. (2021), afirman que el principal atractivo de TikTok radica en la posibilidad de crear videos cortos con edición rápida y sencilla, incorporando una variedad de efectos y sonidos que enriquecen el contenido.

2.1.4.1 Características

Según afirma Orellana, R. (2019) en TikTok la única forma de alimentar tu perfil es creando contenido, es por ello que esta es una innovadora red social, frente a la competencia donde el pilar fundamental se basa en las siguientes características:

a. Videos cortos: dentro de estos pueden incluir video mismos o fotos, es el elemento principal que se difunde en esta aplicación, el tiempo de duración se prolonga desde los 15 segundos hasta los 20 minutos. Sobre él se pueden incorporar ediciones, efectos y melodías musicales que lo hacen más interesante para otros usuarios. Estos videos pueden ser comentados por otros usuarios ya sea de forma pública o privada creándose así un canal de comunicación y produciendo el intercambio de ideas entre las personas, es así que TikTok es empleado como un medio de interacción y difusión de la información.

b. Hashtag: Son etiquetas (#) que permiten concatenar información y temas de videos, permitiendo la accesibilidad y alcance de los videos de forma más fácil e instantánea, provocando un mayor número de visualizaciones y pudiendo llegar a generar nuevas tendencias en TikTok. Estos caracteres han permitido resultados positivos en diferentes empresas porque permite identificar un colectivo específico que facilita a los usuarios la disposición ante la información.

c. Me gusta: Permite dar a conocer si te ha gustado el video al usuario que lo ha creado, cuantos más me gusta obtengas el video se viraliza.

d. Buscador: Posibilita a los usuarios encontrar otras personas, sean amigos o desconocidos, además, dentro de él se encuentra un buscador especial para hashtag que proporciona el número exacto de visualizaciones del mismo.

e. Mensajes privados: Se pueden realizar conversaciones entre usuarios para intercambiar opiniones o información de forma reservada

f. Video en directo o Live: Son grabaciones o transmisiones en vivo y en directo realizadas para mantener una comunicación instantánea con los seguidores, para poder realizar esta función se debe reunir diferentes requisitos como ser mayor de edad, y para recibir o enviar regalos durante un live debes tener como mínimo 1000 seguidores.

g. “Para ti”: Es una opción de la plataforma donde se presentan un conjunto de videos teniendo referencia el interés y la preferencia del usuario.

2.1.4.2 Usos y aplicaciones

TikTok presenta una gran variedad publicaciones con gran diversidad de temáticas, mostrando videos musicales, cómicos, históricos, retos, entre otros contenidos, Shutsko, A. (2020) menciona que los contenidos más populares en TikTok pertenecen a la categoría de comedia y broma, seguida de actuación musical, tutoriales y danza, que destacan entre los más preferidos de los usuarios.

Además un reporte de Global Web Index (2019), indica que el 90% de usuarios accede a la plataforma de TikTok de forma diaria, el 68% mira videos de otras personas, y el 55% sube sus propios videos, es por ello que esta plataforma es un espacio ideal para promocionar productos, servicios, actividades y marcas, de acuerdo con Stefan Heinrich, director de Marketing en Estados Unidos, los usuarios no solo visualizan contenidos, si no que, crean una respuesta utilizando herramientas de la plataforma para convertirse en embajadores de su propia marca.

Al igual que otras redes sociales, el TikTok tiene una diversas de usos con diferentes enfoques. Por ejemplo, docentes y especialistas en áreas del conocimiento usan esta red con fines educativos, algunos de estos son: Juan Quispe Aguilar (@profehistorico) quien crea videos disfrazado de personajes históricos para crear un interés en la historia y cultura, además cuenta con 114 500 seguidores, también una gran exponente que utiliza esta plataforma es Paola Gallegos (@calligraphilic) que posee 9 millones de seguidores, ella se dedica a brindar enseñanza de caligrafía y lettering a sus usuarios.

Asimismo, es utilizado con fines informativos, es el caso de la plataforma digital Cusco en Portada (@cuscoenportada) que cuenta con 135 700 seguidores, igualmente está el periodista Joel Jorddy Quispe (@jorddynoticias2) quien cuenta con 63 100 seguidores, ambas cuentas utilizan esta plataforma para informar a la población sobre los acontecimientos más importantes en el Cusco.

De igual modo, esta plataforma es usada con fines culturales principalmente por agencias de turismo o creadores de contenido cusqueños que difunden la cultura, tradición y costumbres de la ciudad imperial, por ejemplo, la economista Yeni Llamocca (@saqra_warmicha) que posee 293 300 seguidores, también tenemos a la agencia de viajes Cusco Turístico (@cuscoturistico) que cuenta con 212 700 seguidores, ambos usuarios se dedican a promocionar los atractivos turísticos de la ciudad imperial.

De igual manera TikTok se ha convertido en una gran herramienta para el activismo social que sirve para promover campañas junto a instituciones y apoyar en temas sociales que estén en tendencia actualmente.

2.1.4.3 Algoritmo

El éxito de esta red social ha sido muy relacionado con el uso de sus algoritmos y el uso de la inteligencia artificial, el empleo de la inteligencia artificial ha sido un elemento clave en el uso de cualquier red social, aunque no se sabe exactamente la forma en que se

programa esta red ha logrado un gran prestigio. Entendemos entonces por algoritmo a la agrupación de pasos que conlleva a lograr un fin u objetivo para ello se hace uso de diversos sistemas dependiendo de lo que se quiera lograr.

Ballesteros, C. (2020) afirma que el algoritmo de TikTok analiza el contenido que genera likes, comentarios y visualizaciones por sus usuarios, así como el tiempo dedicado a cada video y tipo de contenido que se puede ofrecer.

TikTok (2020) pone en conocimiento una serie de factores que se encuentran dentro de la plataforma y con la ayuda del algoritmo han logrado mantener el interés de los usuarios:

- **Información del video:** Contemplan el hashtag, los subtítulos y los sonidos particulares de los videos.

- **Interacciones:** En este apartado se toma en cuenta los me gusta, comentarios, contenido compartido y creado de los usuarios.

- **Configuración del dispositivo y de la cuenta:** Son menos relevantes pero importantes dentro del algoritmo porque refuerzan la productividad de la aplicación, se toman en cuenta el idioma, el lugar del origen y el dispositivo de acceso; cada usuario tiene la potestad de configurar su cuenta en modo público o privado, así como las restricciones y limitaciones de terceros dentro de una cuenta.

Cada uno de estos factores han apoyado a mantener el interés de las personas desde su lanzamiento, teniendo mayor auge durante el confinamiento de la Covid-19, donde un elemento esencial fue la rigurosidad periodística al momento de adaptarse a una plataforma donde predomina el entretenimiento y difundir mensajes más formales y reservados.

Entonces podemos entender que en la plataforma de TikTok no existe información transparente si el sistema informático es confuso e incompleto si no se trata de información mecanizada que refleja la realidad y por ello su difusión resulta de forma instantánea.

Por todo ello, Pariser, E. (2017) define al algoritmo como burbujas digitales que representan un gran problema debido a la divergencia y la atomización informativa.

2.1.4.4 Éxito

Las redes sociales siguen obteniendo una gran acogida gracias a la influencia que presentan en la sociedad, pero debemos recordar que todo componente inicial tiene una base que le ha permitido posicionarse como una de las principales formas de comunicación y es gracias a la tecnología que la población puede conectarse mediante una red social para conseguir e interactuar con el público objetivo.

El autor Villalobos, M. (2011), establece algunas razones que han sido potenciales en el éxito de las redes sociales:

- Interactividad y sociabilidad
- Intimidad y privacidad
- Personalidad de cada red
- Uso y empleo de información ilimitada

Cualquier red social desde su creación busca la obtención de la confianza de los usuarios y los servicios que presta, garantizando su prolongación como un medio de comunicación e interacción.

2.2.2 Estrategias comunicativas

2.2.2.1 Definición de estrategias

Según la Real Academia Española (2020) se entiende por estrategia al arte de dirigir las operaciones militares o un asunto, también como un conjunto de reglas que aseguran una decisión óptima en un determinado momento.

Muchas veces se suele confundir los términos, estrategias, campañas y actividades, pero en el entorno comunicativo estos términos se diferencian no solo por su significancia sino por su utilidad.

Cuando se habla de estrategia, Garrido, F. (2017) define como un plan o pauta que contempla objetivos, políticas y acciones dentro de una organización que determina el análisis situacional de la realidad que debe ser abordada por acciones concretas y que den respuestas necesarias a las necesidades planteadas.

De acuerdo con González, M. (2001) una estrategia es el conjunto interrelacionado de funciones y recursos capaces de generar una acción para hacer frente a una situación general y específica de aprendizaje, de esa manera permitirá incorporar y analizar nueva información para solución de diversos problemas.

En ese contexto, Tobon, S. (2024) define a una estrategia como la manera de hacer y proceder cuyo objetivo principal es definir un camino y abrir un acceso para realizar distintas actividades, utilizando métodos eficaces para lograr los objetivos y fines determinados

2.2.2.2 Las estrategias comunicativas

Para entender la definición de estrategias comunicativas nos remontamos al pasado y se divide en dos campos: investigadores sociolingüísticos como Tarone e investigadores psicolingüísticos, como, Faerch y Kasper; en principio nos resulta muy complicada, pero para para la definición de estrategias necesitamos un concepto básico.

De acuerdo con Kasper y Kellerman (1997) se establecen dos vertientes en la identificación de estos procedimientos: el primero atiende a las marcas del discurso y el segundo se sitúa en los protocolos retrospectivos del mensaje que darán a lugar a dos tipos principales de estrategias que son de forma y de contenido.

Según Salo, N. (2006) se puede definir a las estrategias comunicativas como las diferentes modalidades de intervención en un discurso que son orientados a diferentes objetivos o propósitos específicos, pues la intención y los actos comunicativos en diferentes contextos señalan el uso del habla y la significación de los procesos de interacción comunicativa.

Por nuestra parte, podemos definir a las estrategias comunicativas siguiendo a Ramirez, Canales y Dominguez (2015) donde afirman que una estrategia comunicativa permite establecer metas claras frente a problemáticas comunicacionales concebidas durante un proceso de investigación y que determina objetivos y metas claras para dar soluciones concretas a las diferentes problemáticas. Las estrategias comunicativas se pueden diseñar mediante la identificación de problemas visibles dentro de una organización o comunidad determinada, con esto establecemos que las estrategias comunicativas se diseñan para dar respuestas a necesidades comunicacionales dentro de un determinado entorno.

2.2.2.3 Estrategias comunicativas en medios

Podemos decir que una estrategia de comunicación es una herramienta de planificación que permite a una organización identificar el mensaje que quiere transmitir a su público meta y de esta manera cumplir sus metas y objetivos, todos los elementos de una estrategia comunicativa deben ir a direccionados a la efectividad y coherencia del medio para así ayudar a crear y fidelizar a los usuarios.

Para Peña, C; Herrera, L; Salazar, J. (2016) definen a los medios como el encargado de mostrar realidades, reflejando los aciertos y negativas de la sociedad donde se apoya el proceso de formación de una opinión para que la sociedad sienta el respaldo y claridad de la información.

Es importante entender que los medios pueden ser utilizados en cualquier tipo de estrategia comunicativa como una herramienta de participación.

2.2.2.4 Importancia

Las estrategias de comunicación cada día son más importantes para las organizaciones y empresas que laboran en la actualidad, no se trata simplemente de hacer llegar los mensajes sino también de generar vínculos con los usuarios o clientes.

Es por ello que Berasategui, M. (2022) afirma que las empresas utilizan todas las estrategias de comunicación efectivas para poder ingresar de manera rápida y sencilla a la mente de las personas, es por ello que radica la importancia que esta posee y que se tome en cuenta en la actualidad.

La importancia de los medios de comunicación en una estrategia comunicativa radica en el aprovechamiento de los canales disponibles para poder promocionar, difundir mensajes e interactuar con la audiencia, de esta manera poder alcanzar los objetivos deseados.

2.2.2.5 Pasos para el uso de una buena estrategia comunicativa

Lopez y Beltrán (2018) sostienen que las redes sociales es una buena estrategia para las empresas pequeñas y grandes debido al crecimiento de la web y que cierta necesidad humana reconoce necesarias conexiones e interacciones entre usuarios, las tecnologías de la información y comunicación forman un rol fundamental en el desarrollo necesario de estrategia que nos ayudan a llegar a nuestro público meta, gracias a la inmediatez en el intercambio de información podemos conseguir interactuar con nuestros público meta.

En el mismo sentido, Pintado y Sanchez (2012) mencionan que en una estrategia comunicativa las empresas deben contemplar las redes sociales como nuevos soportes de participación entre los usuarios ya que estas plataformas permiten segmentar los mensajes y ofrecer nuevas formas de comunicación.

De acuerdo con Chaffey, D. (2014) cada red social mantiene una diferente línea de atracción hacia las comunidades, es por ello que se debe desarrollar diferentes métodos para cada plataforma ya sea en el tipo de contenido forma en que se publica o temas que se trate.

Finalmente, Bulchand, J. (2012) identifica 7 pasos clave que se tienen que tomar en cuenta en un proceso de estrategia en redes sociales:

- Escuchar e investigar
- Definir la estrategia y objetivos

- Fijar un presupuesto
- Decidir los recursos humanos
- Seleccionar las herramientas
- Conversar y luego medir los resultados

2.2.3 Multiplataforma de Super Star Noticias

La multiplataforma de Super Star Noticias (SNN) es un medio de comunicación cusqueño adaptado a los nuevos cambios tecnológicos en la ciudad imperial, se caracteriza por ser un medio con el manejo de la información en una línea editorial libre y transparente, en colaboración de profesionales de gran trayectoria en telecomunicaciones.

Esta empresa de telecomunicaciones pertenece al consorcio Papa de America S.A, cuyo dueño y propietario es Juvenal Farfán Diaz y el gerente general de SSN es Joe Juvenal Farfan Cusihuaman, teniendo a su mando la dirección y control de esta empresa.

Fue fundada el 05 de abril de 2019, fecha en la que emitió sus primeras ondas radiales a cargo del periodista David Vargas y junto a él un equipo de trabajo experto en telecomunicaciones; ubicada en el distrito de Wánchaq perteneciente a la provincia del Cusco, exactamente en el Pasaje América N° 660.

Figura 2

Logo de Super Star Noticias



Fuente: Super Star Noticias, mayo 2023.

2.2.3.1 Plataforma tradicionales

De acuerdo a Campos, F. (2008) los medios de comunicación tradicionales se refieren a medios de comunicación clásicos, medios masivos como el periódico, radio y televisión; se entiende por tradicionales que estos surgieron desde la invención de la imprenta en 1440, y desde entonces ha ido experimentando cambios con la irrupción de medios alternativos digitales.

Radio: La multiplataforma de Super Star Noticias posee la estación radial 94.5 FM, donde sus ondas se expanden desde Tica Tica hasta el distrito de San Jerónimo, logrando una amplia cobertura de la provincia del Cusco.

- **Televisión:** Cuenta con la emisión mediante señal abierta con el canal 43 UHF y en Inpecable en el canal 18.1 HD.

Tanto la radio como el medio televisivo comparten una misma programación y equipo periodístico.

2.2.3.2 Plataformas digitales

Según Acosta, A. (2018) la era digital ha revolucionado la forma en la que compartimos y accedemos a la información gracias a la gran variedad de dispositivos digitales, que nos permiten interactuar con una amplia gama de contenidos, la importancia de los medios digitales se centra en la capacidad para mantenernos conectados y permitirnos acceder a la información de manera instantánea, lo que ha transformado la forma en que nos relacionamos con el mundo que nos rodea.

- **Facebook:** Creada a inicios del año 2018, generando contenido visual e informativo, cuenta con 97 mil seguidores con quienes interactúa mediante publicaciones.

- **TikTok:** Esta red social fue creada a inicios del año 2023, y cuenta con 46,4 mil seguidores en la cual se publica información relevante de los sucesos más importantes a nivel local, regional y nacional.
- **WhatsApp:** Cuenta con un canal de difusión y mensajes directos para denuncias o reportes ciudadanos.
- **Página web:** Esta red social se creó con la finalidad de mostrar su información y ofrecer sus servicios a su audiencia, pero desde el año 2022 ya no se actualiza su información.

2.2 Marco conceptual

Contenido

En el mundo de la comunicación digital, el término contenido hace referencia a cualquier tipo de contenido informativo que está presente en su sitio web o en una plataforma digital.

Alcance

Es la población total de personas a quienes va dirigido un mensaje y son contactadas al menos una vez, también se suele usar como sinónimo de cobertura.

Buscador

El buscador es el motor o sistema informático que rastrea internet para buscar información entre archivos almacenados en la web.

Reacciones

Son una serie de emojis que los usuarios utilizan para responder a una publicación que es de su interés y genere un sentimiento en ellos.

Comentarios

Permite responder o escribir en una publicación de foto o video sobre su parecer de la información publicada.

Compartidos

Es el reposteo de un video o publicación que otro usuario ha subido y permite los mensajes directos de otras personas.

Sonidos musicales

Es una herramienta poderosa para transmitir un mensaje específico en redes sociales, al elegir el sonido adecuado se puede generar un impacto emocional en los usuarios y lograr una mayor interacción en las publicaciones.

Nivel de conocimiento

Es el grado alcanzado del saber sobre un tema con la finalidad de que la población pueda entender de igual forma contribuyendo así en la solución de problemas.

Comunicación unidireccional

Es la comunicación que fluye en un único sentido donde pone énfasis sólo en el emisor, además que es la más precisa y fluida.

Comunicación bidireccional

Es el proceso de comunicación más puro, debido a que el emisor envía mensaje al receptor a través de un canal y el receptor recibe y envía el mensaje creando la retroalimentación, en algunas ocasiones ocurren inconvenientes y es poco reflexiva.

Comunicación multidireccional

Este tipo de comunicación permite la participación de más de tres personas, intercambiando roles de emisor y receptor para transmitir un mensaje utilizando el mismo canal.

Live

Es la transmisión en vivo y directo de un acontecimiento, permitiendo a los creadores mantener a su público activo para que estos espectadores puedan descubrir nuevos eventos, registrarse en ellos y recibir notificaciones sobre las próximas emisiones en vivo.

Frecuencia

Es un indicador que muestra el número de veces que un mismo usuario está expuesto a los mensajes de las redes sociales durante un periodo de tiempo establecido.

Tono de voz

Es la intensidad con la que se entona una palabra, frase o incluso marcar silencio, dependiendo de cuál es el mensaje que quiero difundir de acuerdo con nuestros objetivos.

Hashtag

Es una herramienta que se utiliza para categorizar y descubrir contenidos que tengan una misma relación temática.

Viralidad

Significa conseguir que un vídeo se comparta en poco tiempo entre una gran cantidad de usuarios, logrando obtener mayores visualizaciones, reacciones y comentarios.

Conectividad

Es la capacidad que posee un dispositivo electrónico (laptop, computadora, teléfono móvil, Tablet o un dispositivo portátil) para conectarse y comunicarse con otro con la finalidad de intercambiar comunicación y establecer conexiones.

2.3 Antecedentes empíricos de la investigación

2.3.1 Antecedentes a nivel internacional

Rodriguez (2023) en su trabajo de investigación titulado: *“El uso del Tik Tok como estrategia de comunicación para personal branding”* tesis que fue sustentada en la carrera de Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud, La Libertad, Ecuador. El objetivo general de esta investigación fue: Determinar los factores que influyen en el uso del TikTok como estrategia comunicativa para gestionar una marca personal.

La autora concluyó que:

Los factores influyen significativamente en el uso del TikTok como estrategia comunicativa para gestionar una marca personal debido al impacto de la era tecnológica actual ya que ayuda a destacar a nivel personal y a nivel profesional. Las estrategias comunicativas son cruciales para el posicionamiento de una marca en el mercado ya que ayuda a generar notoriedad personal en la plataforma de TikTok.

Bermejo (2021) en su trabajo de investigación denominado: *“Impacto de la red social Tik Tok: Influencia como medio de comunicación desde el confinamiento por Covid-19”* tesis sustentada en la carrera de Periodismo, Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, España. El objetivo general de esta investigación fue: Analizar la red social Tik Tok como medio de comunicación en base a su influencia y sus contenidos informativos, positivos o negativos hacia el público desde la etapa del confinamiento.

La autora llegó a la siguiente conclusión:

En la etapa de confinamiento social la plataforma de Tik Tok se convirtió en un elemento comunicador y de interacción, ya que los servicios y elementos que dispone se acercan rápidamente al público, logrando una gran acogida en los usuarios de distintas edades, por ello durante la cuarentena de la Covid-19 esta red social sirvió de “salvavidas” para las personas que buscaban comunicarse y distraerse.

Salazar (2022) en su trabajo de investigación: *“Tik Tok, una estrategia de marketing digital en los negocios ambateños”* tesis sustentada en la carrera de Comunicación Social, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. El objetivo general de esta investigación fue: Analizar la red social Tik Tok como una estrategia de marketing digital en los negocios ambateños, Ecuador.

De esta manera la autora llegó a la siguiente conclusión:

Son escasos los negocios que usan la plataforma Tik Tok como marketing digital, aún predomina el uso de esta red como forma de entretenimiento y ocio por el tipo de contenido que muestra. Añade que muchos medios de comunicación no se actualizan con el uso de redes sociales ya que estamos en una era digital y deberían adaptarse a los tiempos.

2.3.2 Antecedentes a nivel nacional

Urdanivia y Gaspar (2022) en su proyecto de investigación titulado: *“Estrategias comunicativas del influencer Henry Spencer en la opinión pública de sus seguidores en Tik Tok entre abril y mayo del 2022”* tesis sustentada en la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Derecho y Humanidades de la Universidad César Vallejo, Lima. El objetivo general de esta investigación fue: Identificar las estrategias comunicativas del influencer Henry Spencer en la opinión pública de sus seguidores, entre abril-mayo del 2022.

Los autores concluyeron que:

Las estrategias comunicativas que el influencer Henry Spencer utilizaba en la red social Tik Tok era un lenguaje globalizado para la mejor comprensión de sus mensajes, ganar confianza con su sencilla imagen y tocar temas actuales de la sociedad, y la empatía y el respeto por la libre expresión hicieron que el influencer refuerce el vínculo con sus seguidores.

Luque (2022) en su tesis titulada: *“Tik Tok: una plataforma emergente para difundir contenido en torno a la promoción de la lectura”* trabajo de investigación sustentada en la carrera profesional de Ciencias de la Información, Facultad de Letras y Ciencias Humanas de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima. El objetivo general de esta investigación fue: Analizar el potencial de Tik Tok como nueva plataforma para la difusión de contenidos relacionados a la promoción de la lectura.

La autora concluyó que:

La red social Tik Tok posee un gran potencial para hacer una plataforma de difusión de contenido relacionados a la promoción de la lectura, no solo entre lectores si no también en personas que no poseen el hábito, además esta plataforma posibilita la obtención de mayor alcance, interacción y visibilidad de sus videos que ayudan a establecer relaciones con la comunidad.

Guzmán (2021) presentó su proyecto de investigación titulado: *“Impacto de la red social Tik Tok como estrategia de marketing digital en la época de pandemia. Caso: Maria Pia Copello”* tesis sustentada en la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Comunicaciones de la Universidad Privada del Norte, Trujillo. El objetivo general de esta investigación fue: Analizar el impacto del contenido publicitario en los seguidores de Maria Pia Copello durante la época de pandemia, a través de su cuenta personal de Tik Tok.

El autor concluyó que:

El uso del Tik Tok como estrategia de Marketing digital por la artista Maria Pia Copello ha logrado posicionar su cuenta personal, usando su propia trayectoria, experiencia en medios y trabajo arduo en esta nueva plataforma, logrando que varias marcas quieran posicionarse a través de su cuenta personal en esta red social, esto reafirma que las empresas se adaptan a las nuevas tendencias digitales.

2.3.3 Antecedentes a nivel local

Gonzales (2020) en su trabajo titulado: *“Estrategias de comunicación utilizadas por los estudiantes de la Ciencias de la Salud de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco en la promoción de donación de sangre y órganos - 2018”* tesis sustentada en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Educación y Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. El objetivo

general de esta investigación fue: Analizar la incidencia de la comunicación en la promoción de donación de sangre y órganos en estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco-2018.

El autor concluyó que:

La comunicación fue de suma importancia en la promoción de donación de sangre y órganos en estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, ya que el éxito de estas campañas se debe a la aplicación de estrategias comunicativas adecuadas.

Barreto y Loncone (2019) en su trabajo de investigación titulado *“Exposición a los medios de comunicación de masas y uso de redes sociales en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco-2018”* tesis sustentada en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Educación y Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. El objetivo general de la investigación fue: Analizar la exposición a los medios de comunicación de masas y el uso de las redes sociales en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco-2018.

En esa misma línea los autores concluyeron con lo siguiente:

Los jóvenes estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Unsaac están expuestos a los medios de comunicación y las redes sociales, los cuales se complementan y convierten en fuente de información para su formación profesional; también identifica que el género femenino es el que se expone más a los medios y que usa más redes sociales.

CAPÍTULO III

HIPOTESIS Y VARIABLES

3.1 Hipótesis

3.2 Hipótesis general

HG: La red social TikTok tiene un uso significativo como estrategia comunicativa en la multiplataforma de Super Star Noticias Cusco-2024.

3.3 Hipótesis específicas

HE1: Las características de la red social TikTok constituyen una de las formas más usadas como estrategia comunicativa en la multiplataforma de Super Star Noticias Cusco-2024.

HE2: El nivel de conocimiento del personal que utiliza la red social TikTok es relevante como estrategia comunicativa en la multiplataforma de Super Star Noticias Cusco-2024.

3.4 Identificación de variables e indicadores

Variable Independiente: Red social TikTok

Dimensiones:

- Características
- Nivel de conocimiento

Variable Dependiente: Estrategia Comunicativa

Dimensiones:

- Formas de comunicación
- Mensaje comunicativo

Variable Interviniente: Multiplataforma

Dimensiones:

- Estructura empresarial
- Naturaleza
- Actividades

3.5 Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización variable red social TikTok

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Tipo de indicador	Escala
Variable Independiente Red Social TikTok	Es una red social dedicada a capturar y presentar creatividad de los momentos y hechos más relevantes del acontecer diario, esta plataforma permite expresarse libre y creativamente.	La red social TikTok posee características que la hacen atractiva, colorida y creativa en comparación a otras plataformas digitales, donde los creadores de contenido y los usuarios deben poseer un nivel de conocimiento sobre el uso de esta plataforma digital.	1.Características	- contenido - alcance - reacciones -comentarios - compartidos - sonidos musicales	Cualitativo	Nominal
			2.Nivel de conocimiento	- alto - medio - bajo		

Fuente: Elaboración propia, agosto 2024.

Tabla 2*Operacionalización variable estrategia comunicativa*

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TIPO DE INDICADOR	ESCALA
Variable Dependiente Estrategia Comunicativa	Es la manera de hacer y proceder, para dar acceso para realizar distintas actividades, utilizando métodos eficaces para lograr los objetivos.	La estrategia comunicativa es una herramienta de una planificación que permite a una organización identificar el mensaje comunicativo que se quiere transmitir a un público y de esta manera cumplir con los objetivos, todas las formas de comunicación van direccionadas a la efectividad y coherencia que ayuda a fidelizar a los usuarios.	1. Formas de comunicación	- unidireccional - bidireccional - multidireccional	Cualitativo	Nominal
			2. Mensaje comunicativo	- contenido - tono de voz - frecuencia		

Fuente: Elaboración propia, agosto 2024.

Tabla 3*Operacionalización variable multiplataforma*

VARIABLES	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Tipo de indicador	Escala
Variable Interviniente Multiplataforma	Es una forma de transmedia que elabora y entrega contenidos o programas a la audiencia utilizando distintos medios.	La comunicación en la multiplataforma es obligación de toda estructura empresarial o institución que tenga cualquier tipo de naturaleza, donde da a conocer de forma eficiente sus actividades, debido al avance de las tecnologías que nos permiten llegar a nuevos públicos.	1. Estructura empresarial	<ul style="list-style-type: none"> - periodistas - Community manager - administración - operación - gerencia - dirección 	Cualitativo	Nominal
			2. Naturaleza	<ul style="list-style-type: none"> - lucrativa - económica - productiva 		
			3. Actividades	<ul style="list-style-type: none"> - informar - transmitir - formar opinión 		

Fuente: Elaboración propia, agosto 2024.

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1 **Ámbito de estudio: localización política y geográfica**

El presente estudio de investigación tiene un alcance geográfico y político en el territorio peruano, con un enfoque específico en la provincia del Cusco, distrito de Wanchaq, el medio de comunicación de Super Star Noticias está ubicado en el Pasaje América N° 660.

La provincia del Cusco está conformada por los distritos del Cusco, Ccorca, Poroy, San Jerónimo, San Sebastián, Santiago, Saylla y Wanchaq; el último distrito mencionado es donde se ubica el medio de comunicación en el cual se realiza el trabajo de investigación.

El distrito de Wanchaq una característica urbana predominante sin presencia de comunidades rurales o nativas, cuenta con una población aproximada de 61 588 habitantes siendo unos de los distritos con mayor población.

Figura 3

Mapa del distrito de Wanchaq



Fuente: Plan de Gobierno municipal

4.2 Tipo y nivel de investigación

El presente trabajo de investigación es de tipo descriptivo y de nivel no experimental-transversal. Primero, porque pretendemos identificar y analizar el uso del TikTok como estrategia comunicativa en la multiplataforma de Super Star Noticias, en un determinado periodo de tiempo y desde el punto de vista de la comunicación, también tomando en cuenta las características que posee esta plataforma y el nivel de conocimiento que se necesita para trabajar en ella.

Según Bernal, C. (2006), en el tipo de investigación descriptiva se muestran, narran, reseñan, se identifican hechos, rasgos y características del objeto de estudio; la investigación descriptiva se guía por las preguntas que el investigador se plantea en la formulación de problemas; tiene su soporte en técnicas como la encuesta, entrevista y revisión documental.

Segundo, el estudio se enmarca en el diseño no experimental-transversal porque no se intervendrá directamente y tampoco se realizará la manipulación de las variables, red social TikTok y estrategia comunicativa.

Según refiere Hernández, Fernández y Baptista (2010) la investigación de carácter no experimental consiste en un estudio que se realiza sin la manipulación deliberada de las variables y solo se observan los fenómenos naturales después para ser analizados.

4.3 Unidad de análisis

La unidad de análisis del proyecto de investigación está constituida por contenidos audiovisuales publicados en la multiplataforma de Super Star Noticias, que son relevantes para la investigación. Según Sabino, C. (2006) indica que existe un punto medio entre la muestra y la población, llamada unidad de análisis, que es un población limitada u objeto de estudio que genera conclusiones particulares en un sentido y orden cronológico.

4.4 Población de estudio

La población de estudio del presente proyecto de investigación está constituida por la red social TikTok y el contenido audiovisual que se publicó en la multiplataforma de Super Star Noticias durante el segundo trimestre del año 2024. Se analizarán los videos publicados en ese periodo, ya que se comprobó que fue cuando se alcanzó el mayor pico de afluencia de seguidores y visualizaciones en la plataforma. Además, durante ese tiempo ocurrieron hechos trascendentales que marcaron la agenda noticiosa y resultaron especialmente relevantes para la ciudad del Cusco, lo que convierte a este intervalo en un momento clave para evaluar el impacto y la eficacia de las estrategias comunicativas empleadas.

Para Arias, Y. (2012), indica que la población es un conjunto finito o infinito de elementos que poseen características comunes para las cuales serán extensivas en las conclusiones de la investigación; esta queda delimitada dependiendo a los problemas y objetivos del estudio.

Tabla 4

Población de estudio

TOTAL DE VIDEOS DE TIKTOK DEL SEGUNDO TRIMESTRE DEL 2024
245

Fuente: Elaboración propia, septiembre 2024.

4.5 Tamaño de muestra

En esa línea el tamaño de muestra estará conformada por videos de la plataforma TikTok de Super Star Noticias que están publicados en el segundo trimestre del año 2024 (abril, mayo y junio). Para seleccionar el número de video seleccionados en nuestra muestra se utilizará un muestreo probabilístico al azar simple, de manera que los videos que estén

durante ese periodo serán seleccionados al azar con la probabilidad de que todos sean considerados como unidad de análisis y seguirán el procedimiento de selección de acuerdo al muestreo que corresponda. Para calcular la muestra de la población finita se aplicará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

- n= Tamaño de la muestra
- Z= Nivel de Confiabilidad = 1.96
- P= Probabilidad de ocurrencia = 0.5
- Q= Probabilidad de no ocurrencia = 0.5
- N= Población = 245
- e= error de muestreo = 0.05

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 245}{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 + 245 (0.005)^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.5 \times 0.5 \times 245}{3.8416 \times 0.5 \times 0.5 + 245 \times 0.0025}$$

$$n = \frac{235.298}{0.9604 + 0.6125}$$

$$n = \frac{235.298}{1.5729}$$

$$n = 149.595$$

$$n = 150$$

De la fórmula aplicada en una población de 245 videos durante el segundo trimestre del año 2024, se obtuvo una muestra de 150 videos que serán analizados para el presente proyecto de investigación.

4.6 Técnicas de selección de muestra

La técnica de selección de muestra que se usará en la presente investigación será el muestreo probabilístico simple de manera que los contenidos audiovisuales de la plataforma de Tik Tok de Super Star Noticias serán seleccionados al azar y con la probabilidad de que todos sean considerados como unidad de análisis.

En el presente proyecto se va a considerar la muestra de 150 videos de TikTok de la multiplataforma de Super Star Noticias pertenecientes al segundo trimestre del año 2024, los cuales serán analizados de acuerdo a los parámetros establecidos.

Según Hernández, Fernandez y Baptista (2006) el muestreo aleatorio simple es usado para la selección de sitios de manera que cada integrante de una población tenga la misma e independiente probabilidad de ser elegido.

4.7 Técnicas e instrumento de recolección de información

La técnica de recolección de la información de la presente investigación será la observación aplicada a los 150 videos de TikTok pertenecientes al segundo trimestre del año 2024.

Asimismo, emplearemos como instrumento una entrevista estructurada, la cual se realizará al personal que maneja la red social TikTok de Super Star Noticias, esta contendrá preguntas que serán formuladas al entrevistado con la finalidad de conocer algunos aspectos y estrategias comunicativas que se aplican en la plataforma digital.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2006) define a la observación como un registro sistemático válido y confiable de comportamientos o conductas manifestadas y el observador interactúa con los sujetos observados.

4.8 Técnicas de análisis e interpretación de la información

Para el análisis e interpretación de la información la principal técnica que utilizaremos será el análisis de contenido lo cual nos permitirá analizar el uso de la red social Tik Tok como estrategia comunicativa en la multiplataforma de Super Star Noticias, la información se sintetizará en un cuadro de registro para revisar y analizar mejor las características y nivel de conocimientos utilizados en la red social Tik Tok de la multiplataforma de Super Star Noticias.

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este presente capítulo de la investigación se desarrolla los aspectos generales tomados en cuenta para la guía de observación aplicadas en los videos de TikTok en la plataforma de Super Star Noticias; así mismo, se describen los resultados obtenidos de la investigación, primero en base a la guía de observación para analizar los contenidos de TikTok según las dimensiones establecidas; segundo se realiza las entrevistas estructuradas a miembros encargados de la multiplataforma de Super Star Noticias.

5.1 Resultados de la investigación

Para realizar la guía de observación tomamos en cuenta 150 videos publicados en la plataforma de TikTok de Super Star Noticias pertenecientes al segundo trimestre del año 2024, es decir del 01 de abril al 30 de junio, también se realizó entrevistas estructuradas a los encargados de generar contenido en la plataforma digital, todo ello con la finalidad de complementar los objetivos de la investigación.

Al realizar la guía de observación de los videos en TikTok se tomaron en cuenta las características que posee esta plataforma digital, y se abordó cada una según la dimensión identificada como: usuarios, enlace, portada, especificaciones generales (visualizaciones, comentarios, likes, compartidos, guardados, sonido) hashtags, y descripción. Además, se añadió un comentario a cada video con la descripción correspondiente e identificación del nivel de viralidad e interacción que obtuvo, y con ello establecer si las estrategias comunicativas fueron usadas de forma correcta para alcanzar buenos resultados.

Entre los rasgos más resaltantes que se identificó está el uso del hashtag “#PuntoDeLaInformación” lo cual es primordial en TikTok porque permite categorizar el contenido y agruparle, es decir cualquier usuario que ingrese a la plataforma de TikTok e introduzca “#PuntoDeLaInformación” obtendrán como resultados los videos publicados exclusivamente por Super Star Noticias, esto ayuda a que el contenido sobresalga y logre una determinada audiencia que permite crear y crecer en la comunidad.

Igualmente, se hizo el uso de la inteligencia artificial (IA) para la creación de contenido, ello se aplicó para modificar la voz en off del determinado video, la misma plataforma digital marca al contenido generado por la IA porque ayuda a prevenir información engañosa dejando en claro a los seguidores que el contenido ha sido modificado o alterado mediante la tecnología artificial.

Otro punto muy importante que se observó fue la supresión o alteración de ciertos términos que incumplen las normas de TikTok para evitar que la cuenta tenga una infracción grave que posteriormente puede llevar a la eliminación del usuario. En esta plataforma digital está prohibido publicar, promocionar o facilitar la explotación juvenil, abuso sexual infantil, actos sexuales no consentidos, violencia o acoso sexual.

Además, se identificó en uno de los videos de la multiplataforma de Super Star Noticias un aviso de visibilidad restringida lo cual limita la exposición de los espectadores al contenido porque podría contener escenas incómodas para algunas personas, temas complejos o imagenes solo apto para adultos, esta característica limita las visualizaciones e impide la viralidad de un contenido porque necesita la aceptación del usuario para acceder al video.

Por otra para la plataforma de TikTok no existe un número concreto de visualizaciones para que un video sea considerado viral ya que un video puede alcanzar millones o miles de vistas en días o semanas, lo que se observó en los videos de TikTok de

Super Star Noticias es que el número de visualizaciones varía de acuerdo a las tendencias o temas tratados lo cual determinan la viralidad y la cantidad de visualizaciones.

Del mismo modo, se evidenció la importancia de colocar a los videos una música de fondo en tendencia, relacionada con el contenido o un sonido original ya que el audio es fundamental para lograr una experiencia más gratificante durante la reproducción del video; una cantidad de personas acude a la plataforma de TikTok para entretenerse, divertirse o informarse, es por ello que el sonido forma parte esencial de la plataforma y ayuda a entender más fácil el contenido y genera prolongados tiempos de visualización del video.

Durante el proceso de observación, también se pudo identificar la importancia del tratamiento de temas en tendencia que genera interés en los espectadores y buscan información relacionada a ello en los videos de TikTok logrando que los contenidos tengan mayor alcance a nivel local, nacional e internacional.

Es importante resaltar el algoritmo que aplica TikTok a los videos ya que se analiza la descripción, el texto, los audios, hashtag, e incluso lo que sucede en el video con la finalidad de categorizar el tipo de contenido y la plataforma configure el sistema de predicción para mostrar videos similares que puedan ser útiles para los usuarios.

Finalmente, se realizaron entrevistas estructuradas de acuerdo al tema de investigación y las dimensiones establecidas, en la que participaron el Community manager y los encargados de generar contenido para la red social de TikTok de la multiplataforma de Super Star Noticias.

5.2. Guía de observación aplicada a los vídeos del TikTok de Super Star Noticias

Tabla 5

Guía de observación de videos de la plataforma de TikTok de Super Star Noticias

Usuario	Enlace	Portada	Especificaciones	Hashtags	Descripción	Comentario
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrvaVQEr		Visualizaciones: 3 881 Comentarios: 10 Likes: 110 Compartidos: 8 Guardados: 5 Sonido: epic inspiration	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #gobiernoregionaldelcusco	Caso Rolex del Gobernador Regional del Cusco	De acuerdo a las especificaciones del video, este TikTok no logró alcanzar una viralidad entre sus seguidores a pesar de que fue un tema local pero con connotación nacional, además se realizó el uso correcto de los hashtags para indexar temas de interés y palabras clave. El formato que se utilizó para este TikTok fue el de una entrevista.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrvamecv7/		Visualizaciones: 59 000 Comentarios: 31 Likes: 666 Compartidos: 116 Guardados: 67 Sonido: epic inspiration	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #policianacional	Detienen a sujeto que pretendía poner en circulación billetes falsos	Este video fue de connotación local y alcanzó una gran aceptación de los usuarios, por eso se volvió viral y obtuvo bastante interacción con sus seguidores, además se utilizó la inteligencia artificial en la voz y los hashtags adecuados.

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrvaPbmf/		Visualizaciones: 7 277 Comentarios: 1 Likes: 100 Compartidos: 1 Guardados: 3 Sonido: amanecer en la selva amazónica	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #tambopata #reservanacionalde tambopata	Captan a jaguar en orillas de la Reserva Nacional de Tambopata	El video no alcanzó el parámetro de viralidad establecido por TikTok y tampoco tuvo un gran impacto en los seguidores de la multiplataforma de SNN, el tema tratado fue de connotación nacional con tema ambiental. A pesar de que se utilizó la inteligencia artificial y los hashtags debidamente adecuados.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrvaas8K/		Visualizaciones: 14 000 Comentarios: 1 Likes: 133 Compartidos: 13 Guardados: 8 Sonido: crysis intro	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #apurimac #cotabambas	Cotabambas en emergencia por intensas lluvias	Este video tuvo una buena acogida por ser un tema de temporada y causar sensibilidad en la población, aunque tuvo varias visualizaciones el video no alcanzó una buena interacción.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrEMB1dT/		Visualizaciones: 2 287 Comentarios: 4 Likes: 50 Compartidos: 6 Guardados: 0 Sonido: sonido original ssn	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #fútbol #puno	Así se juega la Copa Perú en Macarí-Puno	Este video tuvo una mala acogida, no llegó a la viralidad que se deseaba, además se hizo uso de un sonido original y no uno preestablecido por la plataforma, el tema tratado fue deportivo sin embargo no causó interés en sus usuarios.

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrvagr2S/		Visualizaciones: 8 689 Comentarios: 6 Likes: 124 Compartidos: 5 Guardados: 4 Sonido: only love can hurt	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #riotamayo #ucayali	Hallar tres cuerpos sin vida en el fatídico pluvial en el río Tamayo	Respecto a este TikTok, este tipo de contenido alcanzó una viralidad casi buena a pesar de que se utilizaron los parámetros establecidos, simplemente el tema no fue de interés entre los usuarios.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrvavXNU/		Visualizaciones: 203 300 Comentarios: 139 Likes: 2518 Compartidos: 683 Guardados: 233 Sonido: Rio Huaycheño	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #muñequitamilly #juliaca	Cantante conocida como la muñequita Milly muere a los 23 años	Este fue uno de los TikTok más virales de SNN, tuvo una excelente acogida e interacción entre los usuarios debido a que el tema se convirtió en interés nacional, controversial y polémico.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrvmJkhV		Visualizaciones: 24 500 Comentarios: 12 Likes: 244 Compartidos: 36 Guardados: 21 Sonido: epic inspiration	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #calleshapy #casona	Casona colapsa en calle Shapy y deja varias familias damnificadas	Este contenido alcanzó una viralidad buena debido a que fue un tema local y de temporada. La interacción de los usuarios fue relativamente aceptada.

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrvaWJjx/		Visualizaciones: 42 500 Comentarios: 25 Likes: 445 Compartidos: 182 Guardados: 44 Sonido: alerta	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #alcaldedekosñipata	Alcalde de Kosñipata es intervino manejando camioneta de la municipalidad en estado etílico	El contenido de este TikTok tuvo una buena aceptación ya que se logró una viralidad masiva entre los usuarios por ser un tema polémico y controversial.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrvmRyuq/		Visualizaciones: 7570 Comentarios: 4 Likes: 82 Compartidos: 11 Guardados: 4 Sonido: inspirational	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #michis #terremoto #taiwan	Así fue la reacción de 3 gatos al terremoto en Taiwán	Con respecto a este TikTok no logró la viralidad deseada por ser un tema internacional y auténtico de la página, el video fue publicado primero por otras páginas donde sí fueron virales.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrvmRMY3/		Visualizaciones: 62 000 Comentarios: 44 Likes: 408 Compartidos: 19 Guardados: 32 Sonido: epic	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #alcaldedelcusco #luispantoja	Alcalde del Cusco asegura que no es necesario que los funcionarios adquieran joyas de gran valor monetario	El TikTok obtuvo una muy buena interacción y viralidad entre los usuarios, el formato utilizado fue una entrevista sobre un tema polémico y de temporada.

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrvm9oou/		Visualizaciones: 759 Comentarios: 6 Likes: 120 Compartidos: 8 Guardados: 5 Sonido: patriotism	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #construccióncivil	Trabajadores de construcción civil realizan protestas en Cusco	Con respecto a este video no alcanzó ni la interacción, ni la viralidad deseada por ser un tema que se presenta en Cusco con relativa cotidianidad.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrvmQcwH/		Visualizaciones: 14 400 Comentarios: 30 Likes: 141 Compartidos: 13 Guardados: 13 Sonido: epic	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #wilfredooscorima #rolex #werner salcedo #dinaboluarte	Gobernador del Cusco entrega imitación de reloj a la fiscalía	Este TikTok tuvo una viralidad casi buena entre sus usuarios, sin embargo, no alcanzó la interacción deseada a pesar de que continuó siendo un tema de interés social y de tendencia.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrvmMdWN/		Visualizaciones: 7 614 Comentarios: 0 Likes: 76 Compartidos: 15 Guardados: 2 Sonido: carisma	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #derrumbe #cocalmayo	Derrumbe en la ruta Santa Maria - Santa Teresa	Este TikTok no alcanzó la viralidad deseada y la interacción de los usuarios fue muy baja porque no se llegó a los parámetros esperados a pesar de que el tema fue de temporada y de interés de un cierto grupo.

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrvmDKfg/		Visualizaciones: 11 100 Comentarios: 1 Likes: 85 Compartidos: 2 Guardados: 4 Sonido: mil años	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #muñequitamilly #drfong	Último adiós a la muñequita Milly	Este video de TikTok es el complemento de un TikTok anterior sobre un tema polémico y controversial, es por ello que aún tiene buena aceptación de los usuarios.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrvmDEJD/		Visualizaciones: 3 313 Comentarios: 26 Likes: 138 Compartidos: 4 Guardados: 7 Sonido: sonido original ssn	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #albertofujimori #presidentes	32 años del autogolpe de Alberto Fujimori	La viralidad de este video fue mala pero la interacción de los usuarios fue buena debido a que este tema siempre será polémico porque implica a una figura política importante en el Perú.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrvmrSJ8/		Visualizaciones: 16 200 Comentarios: 13 Likes: 154 Compartidos: 11 Guardados: 8 Sonido: carisma	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #wanchaq #construccióncivil	Protestas de construcción civil en Wánchaq	Este video tuvo una viralidad casi buena y la interacción deseable debido a que se mostraron hechos de violencia y fue un tema local.

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrvmPQMF/		Visualizaciones: 13 100 Comentarios: 13 Likes: 188 Compartidos: 6 Guardados: 6 Sonido: mil años	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #muñequitamilly #drfong	Restos mortales de la muñequita Milly llegan a Juliaca	Este video es la continuación de la secuencia: Caso “Muñequita Milly” es por ello que tiene buena visualización e interacción, con ello se comprueba que los videos son tendencia y polémicos logran bastante aceptación de los usuarios.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrEM8y6N/		Visualizaciones: 1 626 Comentarios: 0 Likes: 14 Compartidos: 3 Guardados: 1 Sonido: me enamore de ti y que	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #grupo5	Concierto del Grupo 5	Este TikTok tuvo una viralidad e interacción muy mala, porque no es un tema de interés público ni social y no genera interés en la población.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrvm5uMA/		Visualizaciones: 48 100 Comentarios: 17 Likes: 416 Compartidos: 32 Guardados: 34 Sonido: sonido original ssn	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #ministeriopublico #policianacional	Padrastro y madre son acusados de victimar a su hija de dos años	Este video tuvo una muy buena viralidad y acogida de los usuarios, debido a la materia delicada que se trató, generando conmoción a nivel nacional y principalmente en la población cusqueña.

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrvmfutw/		Visualizaciones: 227 000 Comentarios: 275 Likes: 3671 Compartidos: 785 Guardados: 525 Sonido: aunque tu no lo sepas	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #donaciondeorganos #policianacional	Familiares de joven donante de órganos piden justicia	Este TikTok se convirtió en un video viral por cumplir con los parámetros deseados de visualización e interacción entre los seguidores. El tema tratado conmocionó porque generó diversos sentimientos al conocer este caso.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrvuJV3A/		Visualizaciones: 411 100 Comentarios: 853 Likes: 9 301 Compartidos: 971 Guardados: 772 Sonido: tristeza y pena	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #ministeriopublico #policianacional	Caso de menor de dos años encontrada en el río Huatanay	Este TikTok es la secuencia sobre: “Caso de la menor de 2 años”, tuvo una excelente aceptación e interacción entre los usuarios porque genera indignación y sentimientos en los seguidores.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrEMkLko/		Visualizaciones: 2 218 Comentarios: 26 Likes: 1 Compartidos: 5 Guardados: 5 Sonido: cosmos	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #eclipsesolar	Eclipse solar	El video no alcanzó los resultados esperados, lo cual limitó su impacto. Aunque en otras plataformas sí fue viral porque las imágenes fueron auténticas.

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrvuJcKb/		Visualizaciones: 89 300 Comentarios: 19 Likes: 797 Compartidos: 166 Guardados: 70 Sonido: danger	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #accidentedetranstituto	Accidente de tránsito en la vía evitamiento	El contenido de este TikTok fue bueno ya que logró las visualizaciones deseadas e interacción aceptable, ya que evidenció una problemática común a nivel local.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwdDeCQ/		Visualizaciones: 62 100 Comentarios: 6 Likes: 200 Compartidos: 32 Guardados: 32 Sonido: epic inspiration	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #sismo #institutogeofisicodelperu	Sismo a 16 km de Santo Tomas-Chumbivilcas	La viralidad e interacción del video lograron una buena aceptación ya que se trata de un tema de interés nacional y local, llamando a la acción ciudadana.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwdHmCp/		Visualizaciones: 9 431 Comentarios: 2 Likes: 130 Compartidos: 7 Guardados: 9 Sonido: gangsta paradise	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #protestasperu	Obreros protestan en obra del Gobierno Regional del Cusco	La interacción y viralidad de este video fue casi buena pero no llegó a los estándares deseados para los usuarios. El tema es una protesta común a la que la mayoría de los ciudadanos están acostumbrados.

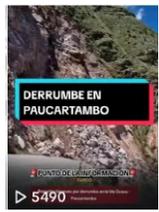
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwRYGQP/		Visualizaciones: 18 000 Comentarios: 29 Likes: 236 Compartidos: 43 Guardados: 13 Sonido: alerta	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #mercadodelcusco	Nuevamente encuentran carne podrida en el mercado de Cascaparo	Este video tuvo una buena aceptación e interacción entre los usuarios ya que el tema tratado es de salud e interés público porque atenta contra la salud y vida de los ciudadanos.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwdThFH/		Visualizaciones: 76 800 Comentarios: 164 Likes: 1 846 Compartidos: 224 Guardados: 147 Sonido: epic inspiration	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #personasdesaparecidas #policianacionaldelperu	Madre busca a su hijo que viajó a Puerto Maldonado en busca de trabajo	El contenido y la viralidad de este TikTok fue muy bueno porque supera los estándares de la plataforma y conlleva a una acción de empatía y solidaridad.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwRM8xD/		Visualizaciones: 30 000 Comentarios: 21 Likes: 392 Compartidos: 90 Guardados: 38 Sonido: epic	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #alcaldedelcusco #policianacionaldelperu	Clausuran discoteca en el centro histórico del Cusco	Este TikTok tuvo una buena interacción y visualización de su contenido porque trata un tema de interés social que involucra a varios grupos etarios.

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrEM6n7y/		Visualizaciones: 6 436 Comentarios: 3 Likes: 86 Compartidos: 10 Guardados: 12 Sonido: cervecero	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #cachimayo	Alcalde y funcionarios de la Municipalidad de Cachimayo consumen bebidas alcohólicas en horario de trabajo	La visualización y la interacción de este TikTok fue malo porque no le pareció atractivo a la población a pesar de que estos temas generan morbo en la población.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwR8dP8/		Visualizaciones: 29 500 Comentarios: 6 Likes: 228 Compartidos: 9 Guardados: 17 Sonido: suspense	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #centrohistorico	Detectan excavación clandestina en centro histórico del Cusco	El contenido y la interacción de este TikTok fue bueno porque a pesar de no ser un tema de interés fue algo extraordinario que no sucede con cotidianidad y generó curiosidad entre sus seguidores.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwdo7oT/		Visualizaciones: 113 700 Comentarios: 50 Likes: 1 689 Compartidos: 116 Guardados: 142 Sonido: alerte	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #lenindavidquenaya	Caso Lenin David Quenaya	Este video de TikTok tuvo una muy buena acogida ya que se observa una gran visualización de usuarios e interacción, además el video es complemento de un TikTok anterior que también fue viral.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwRRJ2u/		Visualizaciones: 17 200 Comentarios: 6 Likes: 171 Compartidos: 16 Guardados: 13 Sonido: alerte	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn #sicuani	Serenos auxilian a albañil que cayó del tercer piso de una vivienda	El contenido de este TikTok y la viralidad del video son buenos ya que demuestra empatía de personas a otras y la acción de la solidaridad.

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwd3vbP/		Visualizaciones: 348 500 Comentarios: 75 Likes: 4 123 Compartidos: 177 Guardados: 404 Sonido: alerte	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #policianacionaldelperu #ministeriopublico	Reconstrucción de los hechos donde fue víctima de una menor de dos años	Este video de TikTok es un excelente video debido a la interacción y cantidad de visualizaciones por parte de sus seguidores, reafirmando que hechos sociales y locales conmocionan a la población.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwRNBH/		Visualizaciones: 126 400 Comentarios: 76 Likes: 1 247 Compartidos: 97 Guardados: 97 Sonido: gangsta paradise	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #arequipa #tiktoknoticias	Avión Mirage 2000 de la FAP desaparece	Este video tuvo una muy buena acogida e interacción ya que fue un tema en tendencia y de temporada dirigido a un público objetivo que supo cómo reaccionar.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwdv5kM/		Visualizaciones: 1 100 000 Comentarios: 187 Likes: 10 800 Compartidos: 541 Guardados: 961 Sonido: mission	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ministeriopublico #policianacional	Caso menor de 2 años que fue victimada por su padrastro	Este video logró la viralidad y tendencia correspondiente ya que se trató de un tema sensible y causó impacto en la sociedad. Se realizó el uso adecuado de las herramientas de TikTok que ayudaron a cumplir el objetivo y fue la continuación de videos anteriores.

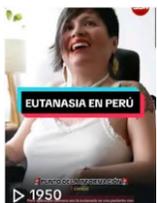
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwRjN8Q/		Visualizaciones: 39 500 Comentarios: 36 Likes: 362 Compartidos: 33 Guardados: 22 Sonido: gangsta paradise	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #arequipa #mirage2000 #fuerzaaereadelperu	Confirman fallecimiento del avión Mirage 2000	Este TikTok obtuvo una buena acogida por parte del público seguidor ya que el tratamiento de la información fue oportuno e inmediato.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwdokSx/		Visualizaciones: 5 061 Comentarios: 18 Likes: 140 Compartidos: 30 Guardados: 14 Sonido: borrachito borrachon	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #tiktoknoticias	Captan a joven orinando en la puerta de la catedral del Cusco	A pesar de ser un tema polémico y de carácter de importancia social, no se logró la viralidad e interacción correspondiente.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrE6oUpG/		Visualizaciones: 2 167 Comentarios: 2 Likes: 61 Compartidos: 6 Guardados: 0 Sonido: el mejor amigo	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ssn	Perrita vela a su dueña hasta caerse de cansancio	El contenido de este TikTok fue malo a pesar de tratarse de un tema social y conmovedor, los hashtags tampoco fueron adecuados para el video.

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrEMywrN/		Visualizaciones: 1 695 Comentarios: 0 Likes: 33 Compartidos: 16 Guardados: 2 Sonido: danger	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #accidentedetranist o	Bus de transporte público terminó empotrado en estructura de semáforo	Con respecto a este video no se logró la interacción y viralidad deseada ya que fue publicado a destiempo y no logró un gran impacto en los usuarios.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwR2HV5/		Visualizaciones: 17 200 Comentarios: 6 Likes: 186 Compartidos: 20 Guardados: 10 Sonido: danger	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #liga1 #cuscoFC #ADT	Cusco FC vs ADT	Este fue un TikTok deportivo que cumplió con los parámetros de viralidad deseados ya que se evidenció un tema controversial hacia uno de los equipos cusqueños.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwRhH4y/		Visualizaciones: 10 300 Comentarios: 1 Likes: 170 Compartidos: 30 Guardados: 8 Sonido: alerte	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #compañiadebom eros #policianacional #defensacivil	Bomberos controlan incendio de grandes proporciones en Cusco	Este video tuvo un buen contenido y regular interacción debido a que el tema tratado no causó tanta conmoción en los usuarios.

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwRyqMw/		Visualizaciones: 11 100 Comentarios: 21 Likes: 105 Compartidos: 11 Guardados: 9 Sonido: alerta	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #tiktoknoticias	Alcalde de Santiago indicó que se denunció a 3 personas que agredió a fiscalizador	Este video tuvo un contenido donde la interacción fue buena ya que se muestra hechos de violencia, que causa controversia y polémica en la población.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwRqA5c/		Visualizaciones: 5 490 Comentarios: 1 Likes: 57 Compartidos: 12 Guardados: 1 Sonido: suspenseful	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #paucartambo	Reportan bloqueo de vía por derrumbe en Paucartambo	El video fue malo porque fue publicado a destiempo y por ello no obtuvo las reacciones ni visualizaciones deseados, a pesar de que se realizó el uso correcto de las herramientas de la plataforma digital.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrEMyagy/		Visualizaciones: 3 261 Comentarios: 1 Likes: 63 Compartidos: 12 Guardados: 2 Sonido: epic inspiration	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias	Operativos a centros naturistas del Cusco	De igual forma que el anterior video, este fue malo ya que el tema tratado no fue de interés público ni relevante para los usuarios.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrEMrqpn/		Visualizaciones: 1 664 Comentarios: 0 Likes: 65 Compartidos: 2 Guardados: 2 Sonido: amanecer en la selva amazónica	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias	Zorrito Run Run cumple 2 años	Este contenido en la plataforma de TikTok fue malo, no logró las visualizaciones ni interacciones requeridas porque se trata de un tema pasado y nada novedoso.

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwRQTPq/		Visualizaciones: 34 300 Comentarios: 9 Likes: 508 Compartidos: 76 Guardados: 26 Sonido: suspenseful	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #policianacional #divisióndeinvestigación	Desarticulan organización cr1min4al “los Charlys del anticresis”	Este video de TikTok fue bueno porque alcanzó la viralidad e interacción óptima, el tema tratado fue de interés público porque afectaba el patrimonio privado de un grupo de ciudadanos.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwRQH8N/		Visualizaciones: 74 400 Comentarios: 16 Likes: 1 160 Compartidos: 82 Guardados: 50 Sonido: mañana será bonito	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #karolg #colombia #bichotatour	Karol G en Cusco	El contenido de este TikTok pertenece al rubro de espectáculos, teniendo una buena aceptación por parte de los usuarios, por tratarse de un hecho fuera de la común, además de que las herramientas de TikTok ayudaron a cumplir el objetivo deseado.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrEMMdU/		Visualizaciones: 1 416 Comentarios: 1 Likes: 23 Compartidos: 7 Guardados: 3 Sonido: suspenseful	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #brasil	Mujer lleva cuerpo sin vida de su tío para sacar dinero	Este TikTok fue malo porque no cumplió con el objetivo deseado, el tema tratado no fue de interés ni relevancia en los usuarios.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwRDPUd/		Visualizaciones: 126 200 Comentarios: 82 Likes: 1 678 Compartidos: 884 Guardados: 177	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #tiktoknoticias	Joven asiste a discoteca y amanece sin vida	El TikTok logró una excelente alcance e interacción, el tema abordado fue de interés público entre los usuarios abarcando a las discusiones de ciertos grupos etarios. Las

			Sonido: suspenseful	#policianacionaldel peru		herramientas de TikTok colaboraron con el cumplimiento del objetivo.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwRVWLm/		Visualizaciones: 34 300 Comentarios: 16 Likes: 507 Compartidos: 146 Guardados: 54 Sonido: suspense	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #policianacionaldel peru #tiktoknoticias	Capturan a “los Charlys del anticresis”	Este video es la continuación de otro video publicado el cual alcanzó los niveles deseados de aceptación e interacción de los usuarios por ser un tema polémico y de interés social.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwRHEm5/		Visualizaciones: 61 200 Comentarios: 15 Likes: 810 Compartidos: 90 Guardados: 46 Sonido: suspenseful	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #tiktoknoticias #policianacionaldel peru	Accidente de tránsito en Cusco	El video de TikTok logró un alcance e interacción buena debido a que fue publicado a la plataforma de manera oportuna e inmediata, las herramientas de la aplicación colaboraron con el contenido del video.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwR5A9p/		Visualizaciones: 7866 Comentarios: 3 Likes: 67 Compartidos: 4 Guardados: 7 Sonido: pasión por el fútbol	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #cienciano #deportivogarcilazo	Cienciano vs Deportivo Garcilaso	El video publicado fue malo porque no alcanzó los niveles de visualización e interacción esperados, el contenido se dedicó a promocionar un evento que iba a suceder y no a un hecho presente.

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrEMr7Nr/		Visualizaciones: 4 387 Comentarios: 1 Likes: 53 Compartidos: 9 Guardados: 1 Sonido: sonido original ssn	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #contraloriaregionaldelarepublica	Contraloría realiza intervención al Gobierno Regional de Ayacucho y Cusco	El video fue malo ya que el alcance e interacción no fue el adecuado, las tomas no fueron agradables para el público y tampoco fue oportuno el uso del sonido original, además que el tema tratado fue muy reiterado.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwRaNQw/		Visualizaciones: 21 100 Comentarios: 42 Likes: 287 Compartidos: 11 Guardados: 26 Sonido: club cienciano	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #cienciano #deportivogarcilazo	Periodistas deportivos de SSN opinan sobre el “clásico cusqueño”	El video logró una buena acogida porque fueron entrevistas auténticas y generó discusión y controversia en los usuarios debido a la diferencia de opiniones, las herramientas de TikTok apoyo a la consumación del objetivo.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrE6oCTW/		Visualizaciones: 1 952 Comentarios: 1 Likes: 16 Compartidos: 2 Guardados: 1 Sonido: motivation	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #eutanasia #anaestrada	Perú aplica por primera vez la eutanasia	El contenido de este TikTok fue malo porque no logró el impacto deseado en la población por ser un tema desconocido y dado por primera vez en el Perú, a pesar de que se realizó el uso correcto de las herramientas de la plataforma.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrEMhsha/		Visualizaciones: 2 651 Comentarios: 4 Likes: 21 Compartidos: 4 Guardados: 3	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias	Colegios retrasan horarios de ingreso debido a las bajas temperaturas	Este video de TikTok fue malo porque no fue publicado de forma oportuna para lograr una reacción de los usuarios

			Sonido: last heroes			
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwRUuBT/		Visualizaciones: 17 500 Comentarios: 2 Likes: 280 Compartidos: 16 Guardados: 24 Sonido: tusuy kusun	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #machupicchu #venado	Avistamiento de tarucas en el santuario histórico de Machupicchu	El contenido de este video fue bueno porque alcanzó la viralidad e interacción deseada, el tema tratado fue interesante y novedoso en los usuarios de la plataforma.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwRskDb/		Visualizaciones: 12 100 Comentarios: 13 Likes: 147 Compartidos: 30 Guardados: 16 Sonido: suspenseful	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #policianacionaldelperu	Mujer suboficial de la PNP desaparecida en San Juan de Lurigancho fue hallada con vida en el Cusco	Con respecto a esta publicación, se logró la viralidad e interacción deseada porque el tema fue nacional y muy controversial.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwRgU5n/		Visualizaciones: 85 800 Comentarios: 61 Likes: 1 864 Compartidos: 359 Guardados: 170 Sonido: suspenseful	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #sismo #institutogeofisicodelperu	Constante movimientos sísmicos generan alarma en la población	El contenido del video alcanzó muy buenos niveles de aceptación e interacción porque trata es un tema local y de interés público que conlleva a realizar una acción, las herramientas TikTok fueron las indicadas para el desarrollo del video.

<p>@ssnmundo_</p>	<p>https://vm.tiktok.com/ZMrwRg34a/</p>		<p>Visualizaciones: 8 200 000 Comentarios: 4 794 Likes: 211 300 Compartidos: 21 500 Guardados: 15 900 Sonido: suspenseful</p>	<p>#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #policianacionaldelperu</p>	<p>Sujeto r4pt4 a menor en Cusco</p>	<p>Este video fue uno de los más virales durante el segundo trimestre del año, ya que logró niveles de aceptación e interacción muy altos. El tema tratado causó sentimientos y emociones en los usuarios, además se suprimen palabras que van en contra de las normas de TikTok.</p>
<p>@ssnmundo_</p>	<p>https://vm.tiktok.com/ZMrwR7WMw/</p>		<p>Visualizaciones: 61 400 Comentarios: 89 Likes: 1329 Compartidos: 592 Guardados: 242 Sonido: epic</p>	<p>#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #policianacionaldelperu</p>	<p>Joven s3custr4 a menor por cumplir reto del juego “Roblox”</p>	<p>Es la continuación del video anterior, logró una buena viralidad e interacción porque mostró más detalles del anterior suceso. También se evidencia la omisión de palabras no aptas en la plataforma.</p>
<p>@ssnmundo_</p>	<p>https://vm.tiktok.com/ZMrw8Y5oa/</p>		<p>Visualizaciones: 19 500 Comentarios: 22 Likes: 146 Compartidos: 3 Guardados: 9 Sonido: la pelota no se mancha</p>	<p>#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #cienciano #cuscoFC</p>	<p>Gol de Juan Tevez del cuadro de Cusco FC ante Cienciano</p>	<p>Este TikTok deportivo logró un alcance e interacción buena porque fue publicada de forma instantánea y oportuna sobre un tema de interés en un grupo de usuarios. No se utiliza la voz en off ni inteligencia artificial, el video es auténtico.</p>

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwRcGub/		Visualizaciones: 14 400 Comentarios: 10 Likes: 136 Compartidos: 3 Guardados: 4 Sonido: fútbol y rumba	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #cienciano #cuscoFC	Cusco Fc gana el derby cusqueño	La elaboración de este contenido fue buena porque logró las visualizaciones e interacción deseada entre los usuarios, porque fue publicado de forma oportuna e inmediata, el video es de grabación auténtica de la multiplataforma de SSN apoyada por las herramientas adecuadas de TikTok.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrwRcr4W/		Visualizaciones: 82 700 Comentarios: 29 Likes: 690 Compartidos: 68 Guardados: 45 Sonido: alerta	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #graffiti #patrimoniocultural	Atentado con grafiti en el muro inca del complejo arqueológico del Punmamarca	El contenido de TikTok fue muy bueno porque alcanzó un alto nivel de reproducción e interacción de los seguidores, el tema tratado fue un tema de vulneración a un patrimonio cultural causando diversos sentimientos en la población, las herramientas fueron utilizadas de manera adecuada.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrw89uNB/		Visualizaciones: 42 300 Comentarios: 17 Likes: 487 Compartidos: 70 Guardados: 51 Sonido: sonido original	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #policianacionaldelperu #ministeriopublico	Madre y padrastro victiman a menor de 3 años	El video publicado fue bueno porque alcanzó el nivel de viralidad e interacción por ser un tema de interés social que causa indignación en la población, se evidencia el cuidado con el uso de ciertos términos no permitidos por las normas de la plataforma digital además del sonido original de SSN.

<p>@ssnmundo_</p>	<p>https://vm.tiktok.com/ZMrw8DKBH/</p>		<p>Visualizaciones: 44 100 Comentarios: 40 Likes: 835 Compartidos: 248 Guardados: 65 Sonido: suspenseful</p>	<p>#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #abancay #institutogeofisicodelperu #sismo</p>	<p>Sismo remece Abancay</p>	<p>Se logró la visualizaciones e interacción óptima porque se trató el tema de forma oportuna e instantánea, además las herramientas de TikTok y el hashtag fueron correctos para lograr la viralidad del video.</p>
<p>@ssnmundo_</p>	<p>https://vm.tiktok.com/ZMrKLNfVa/</p>		<p>Visualizaciones: 47900 Comentarios: 1 Likes: 418 Compartidos: 140 Guardados: 40 Sonido: danger</p>	<p>#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #indec #sismo #limatambo</p>	<p>Deslizamiento de rocas en la vía Limatambo - Curahuasi</p>	<p>Este contenido obtuvo un gran alcance de visualizaciones e interacción, corresponde a una secuencia de anterior video como consecuencia de los hechos suscitados, las herramientas de TikTok favorecieron para cumplir el objetivo.</p>
<p>@ssnmundo_</p>	<p>https://vm.tiktok.com/ZMrKLF5W/</p>		<p>Visualizaciones: 3 371 Comentarios: 9 Likes: 69 Compartidos: 8 Guardados: 3 Sonido: sonido original emufec</p>	<p>#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #taytcahadelostemblores #indec</p>	<p>Taytacha de los temblores saldría en procesión ante los constantes movimientos sísmicos</p>	<p>A pesar de que el contenido fue publicado oportunamente no logró la viralidad ni interacción esperada, por lo tanto este contenido publicado fue malo.</p>

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKLL6J3/		Visualizaciones: 2 342 Comentarios: 2 Likes: 40 Compartidos: 4 Guardados: 1 Sonido: aqui estas	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #cruzvelacuy	Cruz Velacuy Cusco 2024	El tema abordado en este TikTok fue una tradición cusqueña que no alcanzó a convertirse en un viral ni los usuarios interactuaron con el contenido, por ello es categorizado como malo.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKLuwMJ/		Visualizaciones: 114 300 Comentarios: 559 Likes: 4 908 Compartidos: 121 Guardados: 146 Sonido: sonido original ssn	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #magalytvlaфирme #alfredozambrano	Esposo de Magaly Medina sorprende al cantar en quechua en su cumpleaños celebrado en Arequipa	Este video fue excelente porque alcanzó un buen estándar de visualizaciones convirtiéndose en viral, logrando la interacción deseada de los usuarios, el tema fue interesante y entretenido para los seguidores.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKL8fu8/		Visualizaciones: 83 100 Comentarios: 173 Likes: 1 209 Compartidos: 76 Guardados: 76 Sonido: alerte	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #sismo #indec	Temblor en Lucre	El contenido de este TikTok fue bueno porque logró un buen nivel de visualizaciones e interacción de los usuarios ya que el tema fue de interés social y en tendencia durante esa temporada, las herramientas de la plataforma fueron usadas adecuadamente.

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKLhMEe/		Visualizaciones: 133 100 Comentarios: 12 Likes: 898 Compartidos: 134 Guardados: 110 Sonido: danger	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #accidentedetranstituto	Accidente de tránsito en la vía Juliaca-Cusco	El alcance e interacción del material audiovisual fue muy bueno porque fue publicado de forma inmediata y oportunidad cuando se suscitaron los hechos.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKLKMcg/		Visualizaciones: 10 400 Comentarios: 4 Likes: 122 Compartidos: 3 Guardados: 5 Sonido: sonido original simulacro	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #simulacro #sismo #indec	Simulacro de sismo en centros educativos del Cusco	Debido a los recurrentes movimientos telúricos en la ciudad, el tema se volvió tendencia en la plataforma digital, por ello este contenido alcanzó un buen nivel de viralidad.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKL4D6w/		Visualizaciones: 60 200 Comentarios: 29 Likes: 580 Compartidos: 628 Guardados: 94 Sonido: alerta	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #sedacusco #aguapotable	Corte de agua potable en distritos del Cusco	Este video de TikTok generó diversos sentimientos en el público objetivo por eso obtuvo un buen nivel de visualizaciones e interacción de los usuarios. Las herramientas de TikTok fueron utilizadas de manera adecuada.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKL418k/		Visualizaciones: 28 000 Comentarios: 3 Likes: 122 Compartidos: 4 Guardados: 7	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias	Realizan limpieza de muros inca en la ciudad imperial	El contenido de TikTok fue bueno porque obtuvo un buen nivel de visualizaciones e interacciones de los usuarios ya que trató sobre un tema de labor social.

			Sonido: justicie			
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKL7XJg/		Visualizaciones: 4 675 Comentarios: 7 Likes: 22 Compartidos: 5 Guardados: 2 Sonido: justicie	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #carlosezeta #congresodelperu	Partido morado registro como afiliado a joven que golpeó a congresista en el 2020	Este material audiovisual fue malo porque revivió un tema del pasado que en su momento fue tendencia, pero se fue desvaneciendo con el tiempo.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKLEH67/		Visualizaciones: 83 200 Comentarios: 80 Likes: 1 625 Compartidos: 523 Guardados: 143 Sonido: danger	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #plazavea	Usuarios de plaza vea quedan atrapados en ascensor	El alcance e interacción de este contenido fue muy bueno por tratarse de una denuncia pública de los usuarios prestadores de un servicio privado, las herramientas de TikTok fueron usadas de manera correcta.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKLwcXh/		Visualizaciones: 117 400 Comentarios: 111 Likes: 2 111 Compartidos: 653 Guardados: 208 Sonido: sonido original ssn	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #policianacionaldelperu	Joven es hallado sin vida en discoteca Face Bar del centro histórico del Cusco	El video se convirtió en tendencia y obtuvo una muy buena interacción de los seguidores porque el tema abordado fue de interés público y causó sentimientos en los usuarios, además se evidencian el cuidado con el uso de imágenes sensibles para el público.

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKLVVhU/		Visualizaciones: 32 700 Comentarios: 7 Likes: 318 Compartidos: 38 Guardados: 25 Sonido: justice	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #policianacionaldelperu #Paucartambo	Ciudadano de Paucartambo se dirigen al Gobierno Regional del Cusco	El contenido de este TikTok alcanzó un buen nivel de reproducción e interacción de los seguidores porque muestra la lucha social de los pobladores campesinos que luchan por sus derechos.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKLqkUF/		Visualizaciones: 158 400 Comentarios: 56 Likes: 2 441 Compartidos: 463 Guardados: 279 Sonido: danger	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #policianacional	Bus de transporte público se queda sin frenos y pasajeros se resultan heridos	Este video fue tendencia logrando una muy buena acogida e interacción de los seguidores porque fue publicado de forma oportuna e inmediata cuando se suscitaron los hechos, las herramientas de TikTok fueron usadas correctamente.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKLsVFd/		Visualizaciones: 36 500 Comentarios: 61 Likes: 473 Compartidos: 53 Guardados: 35 Sonido: suspenseful	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #facebar	Familiares se pronuncian sobre fallecimiento de joven en discoteca Face Bar	Este contenido es la secuencia de un hecho polémico publicado anteriormente que también fue tendencia en la plataforma por lo tanto este también obtuvo un buen nivel de visualizaciones e interacción de los seguidores.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKLwVoG/		Visualizaciones: 123 100 Comentarios: 93 Likes: 1 310 Compartidos: 130	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #facebar	Operativos a los antros del centro histórico del Cusco	El contenido surge como consecuencia de un problema social que fue evidenciado y se convirtió tendencia en la plataforma, por ello este material audiovisual logró un alto

			Guardados: 72 Sonido: danger	#policianacional		nivel de reproducciones e interacción de los seguidores.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKLoCdW/		Visualizaciones: 350 800 Comentarios: 159 Likes: 3 452 Compartidos: 246 Guardados: 281 Sonido: suspenseful	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #contraloriogeneral delarepublica #edgaralarcon #ayacucho	Ex contralor Edgar Alarcón pierde la vida en accidente de bus en Ayacucho	Este contenido fue un excelente video porque se convirtió en tendencia y logró un alto nivel de interacción entre los usuarios ya que puso en evidencia un problema social convirtiéndose en una noticia a nivel nacional.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKLb8pb/		Visualizaciones: 47 300 Comentarios: 89 Likes: 952 Compartidos: 101 Guardados: 66 Sonido: justicie	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #facebar #policianacional	Operativos a locales nocturnos del centro histórico del Cusco	Debido a los anteriores contenidos sobre el tema de locales nocturnos, el tema se convirtió en tendencia y este video logró un buen nivel de visualizaciones e interacción porque genera sentimientos en la población.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKLwxw7/		Visualizaciones: 8092 Comentarios: 0 Likes: 80 Compartidos: 13 Guardados: 2 Sonido: danger	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias	Accidente de tránsito en vía Calca- Cusco	El video no fue subido de forma oportuna y tampoco se evidencia un buen material audiovisual, por ello no logró ser un video viral y no tener interacción, es decir fue un mal video.

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKLWQAN/		Visualizaciones: 6 441 Comentarios: 15 Likes: 90 Compartidos: 2 Guardados: 2 Sonido: funny song	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #alcaldedelcusco	Alcalde del Cusco: “es el primer muerto en su gestión”	Este contenido utilizó la comedia durante una entrevista, pero los usuarios no captaron el objetivo por ello no fue un video viral ni logró interacción en los usuarios.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKLoAjE/		Visualizaciones: 1 514 Comentarios: 1 Likes: 31 Compartidos: 3 Guardados: 0 Sonido: la feria de cepillin	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #yolapolastri	Yola Polastri se encuentra en cuidados intensivos	El contenido de este TikTok fue malo para los usuarios y se evidencia en la cantidad de visualizaciones e interacción de los seguidores debido a que fue subido a destiempo.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKNyEqx/		Visualizaciones: 6 408 Comentarios: 10 Likes: 133 Compartidos: 67 Guardados: 9 Sonido: danger	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #discotecas #ultracusco	Destruyen tapiado de discoteca Ultra y New Point en Cusco	A pesar de que el tema es muy controversial y polémico este contenido de TikTok no fue muy atractivo para los usuarios sin embargo hay una buena interacción de los seguidores.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKNh64v/		Visualizaciones: 94 100 Comentarios: 173 Likes: 2 156 Compartidos: 732 Guardados: 145 Sonido: que comience la fiesta	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #discotecas #ultracusco	Autoridades vuelven a cerrar la discoteca Ultra y New Restobar	A diferencia del video anterior este sí logró un buen nivel de reproducciones e interacción de los usuarios, tratándose del mismo tema anterior, pero de hechos diferentes.

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrEMuTFu/		Visualizaciones: 2 319 Comentarios: 1 Likes: 31 Compartidos: 3 Guardados: 1 Sonido: rumba cienciana	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #cienciano	Periodista deportivo tira la camiseta del Cienciano	Este video de TikTok fue malo porque no fue interesante ni logró captar la interacción del público, como evidencia no hay interacción ni visualización masiva del producto.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrEM7dnj/		Visualizaciones: 672 Comentarios: 2 Likes: 15 Compartidos: 2 Guardados: 1 Sonido: sonido original ssn	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #virgenbelen #corpuschristi	Mueven vehículo en la bajada de la Virgen de Belen en Cusco	Este fue el video con menos reproducciones e interacción del segundo trimestre del año 2024 porque fue subido a destiempo y ya no alcanzó el mismo impacto.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKNeSxc/		Visualizaciones: 60 400 Comentarios: 225 Likes: 992 Compartidos: 106 Guardados: 49 Sonido: la gallina turuleca	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #universitario #cienciano	Árbitro de Cienciano vs Universitario es criticado por no cobrar un penal	Este contenido de TikTok fue muy bueno porque logró un alcance masivo e interacción de los usuarios además trató un tema deportivo que generó polémica a nivel nacional.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKNd3vC/		Visualizaciones: 16 500 Comentarios: 92 Likes: 325 Compartidos: 108 Guardados: 28 Sonido: suspenseful	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #ministeriopublico #eduardopoblete	Eduardo Poblete renuncia a cargo de Fiscal de Prevención del delito	A pesar de que el video solo es una entrevista sin imágenes de apoyo y voz mediante la inteligencia artificial alcanzó un buen nivel de visualizaciones e interacción

				#fiscal		ya que se trataba de una figura pública en el Cusco envuelta en un tema controversial.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKNeGUW/		Visualizaciones: 3 307 Comentarios: 3 Likes: 127 Compartidos: 5 Guardados: 9 Sonido: los caminos de la vida	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #omargeles #vallenato #colombia	Fallece Omar Geles, el rey del vallenato	El contenido de este TikTok no fue bueno debido a la publicación no oportuna y a destiempo además se trataba de un tema internacional.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKNjG5S/		Visualizaciones: 10 100 Comentarios: 5 Likes: 115 Compartidos: 7 Guardados: 12 Sonido: justicia para vivir	#PuntoDeLaInformación #cusco #accidentedetransitoo #paucartambo	Exigen justicia para candidatos que postulaban a provincia de Paucartambo y perdieron la vida en accidente de tránsito	La elaboración de este contenido fue buena porque alcanzó el estándar de reproducciones adecuadas e interacción de los usuarios, a pesar de que el tema subyace de un hecho de antaño.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKNyGhH/		Visualizaciones: 7 551 Comentarios: 48 Likes: 213 Compartidos: 23 Guardados: 11 Sonido: yo soy cusqueño	#PuntoDeLaInformación #cusco #bellasartes #fiestasdelcusco	Presentación de alegorías de Universidad Diego Quispe Tito	Este contenido no logró la viralidad deseada pero sí tuvo una buena interacción de los usuarios y ello se evidencia porque fue publicada de forma oportuna e inmediata y fue de interés local.

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKNFrNx/		Visualizaciones: 13 800 Comentarios: 2 Likes: 175 Compartidos: 37 Guardados: 12 Sonido: valicha	#PuntoDeLaInformación #cusco #fiestasdelcusco #chiriuchu	Festival del Chiriuchu, plato emblemático del Cusco	La elaboración de este TikTok fue buena porque obtuvo o alcanzó un nivel de visualizaciones adecuadas pero la interacción de los usuarios no fue la esperada ya que el tema es de interés local y de temporada.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKNdxJt/		Visualizaciones: 60 800 Comentarios: 8 Likes: 771 Compartidos: 167 Guardados: 83 Sonido: suspenseful	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #policianacional	Mujer es hallada sin vida en Alto Qosqo	Este video de TikTok fue bueno porque alcanzó un nivel de reproducción deseada porque el tema abordado causó conmoción y sentimientos en la población.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKNGDaf/		Visualizaciones: 14 600 Comentarios: 14 Likes: 247 Compartidos: 9 Guardados: 10 Sonido: fútbol y rumba	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #cuscoFC #AL	Cusco FC vs Alianza Lima	Este contenido fue bueno porque alcanzó un óptimo nivel de visualizaciones e interacciones de los seguidores, se utilizó imágenes auténticas de SSN lo que facilitaron la obtención de buenos resultados. Las herramientas de TikTok fueron usadas correctamente.

<p>@ssnmundo_</p>	<p>https://vm.tiktok.com/ZMrKNTmPL/</p>		<p>Visualizaciones: 50 900 Comentarios: 22 Likes: 746 Compartidos: 132 Guardados: 68 Sonido: chaquiry</p>	<p>#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #qoylloritty #peregrinación</p>	<p>Señor de Qoylloritty 2024</p>	<p>El video de TikTok fue muy bueno, se logró una cantidad de reproducciones e interacción de los usuarios que cumplieron con las expectativas porque el tema abordado es de índole cultural e interés de la población Así mismo las herramientas de la plataforma fueron utilizadas de forma adecuada.</p>
<p>@ssnmundo_</p>	<p>https://vm.tiktok.com/ZMrKNtwr8/</p>		<p>Visualizaciones: 10 400 Comentarios: 1 Likes: 89 Compartidos: 11 Guardados: 15 Sonido: suspenseful</p>	<p>#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #accidentedetransit o</p>	<p>Accidente de tránsito en la ruta Urcos - Ccateca</p>	<p>Con respecto a este contenido fue bueno en el nivel de viralidad, pero no logró buenos resultados con la interacción de los usuarios, esto se debe porque fue publicado de forma oportuna pero no fue de interés de los usuarios.</p>
<p>@ssnmundo_</p>	<p>https://vm.tiktok.com/ZMrKN7dLR/</p>		<p>Visualizaciones: 56 000 Comentarios: 28 Likes: 992 Compartidos: 688 Guardados: 245 Sonido: justicie</p>	<p>#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #corpuschristi</p>	<p>Doble remuneración si trabajas el día de Corpus Christi</p>	<p>El nivel de viralidad e interacción fue muy bueno porque alcanzó un óptimo nivel de resultados, esto se debe a que el tema abordado fue de interés social para todos los usuarios, además las herramientas de TikTok fueron usadas adecuadamente.</p>

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKNT2o3/		Visualizaciones: 761 Comentarios: 0 Likes: 13 Compartidos: 1 Guardados: 1 Sonido: suspense	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #accidente	Accidente en la Oroya	Este fue uno de los peores videos publicados en la plataforma de SNN ello se debe a que no fue publicado de forma oportuna cuando sucedieron los hechos.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKN7G7x/		Visualizaciones: 62 300 Comentarios: 138 Likes: 697 Compartidos: 182 Guardados: 62 Sonido: suspenseful	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #feriadehuancaro2024	Cancelan feria de Huancaro 2024	El contenido de TikTok fue muy bueno porque obtuvo un buen nivel de visualizaciones e interacción adecuado ya que fue publicado de forma inmediata y oportuna y el tema se convirtió en interés social.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKNHgCD/		Visualizaciones: 14 300 Comentarios: 67 Likes: 161 Compartidos: 28 Guardados: 11 Sonido: carisma	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #feriadehuancaro2024 #fiestasdelcusco	Arpac ocupa terrenos ilegalmente de la feria de Huancaro	El video es complemento de uno anterior sobre “caso feria de Huancaro” Esta vez se trata de una entrevista categorizada buena porque logró alcanzar un buen nivel de visualizaciones e interacción.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKNsyC3/		Visualizaciones: 14 400 Comentarios: 0 Likes: 236 Compartidos: 24 Guardados: 13 Sonido: soy cusqueño	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #corpuschristi #fiestasdelcusco	Entrada de Corpus Christi	Este contenido fue bueno a nivel de viralidad y regularmente la interacción porque la grabación es auténtica de la multiplataforma y fue publicado de forma oportuna, las herramientas de TikTok favorecieron al cumplimiento del objetivo.

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKN9FR2/		Visualizaciones: 1 577 Comentarios: 1 Likes: 22 Compartidos: 1 Guardados: 3 Sonido: san cristóbal	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #corpuschristi #fiestasdelcusco	Patrón San Cristóbal - Corpus Christi	El video de TikTok no logró lo que se esperaba debido a la mala interacción y visualización de los seguidores a pesar de que el tema fue de interés del público.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKNcwXK/		Visualizaciones: 1 529 Comentarios: 1 Likes: 25 Compartidos: 0 Guardados: 1 Sonido: sonido original ssn	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #corpuschristi #fiestasdelcusco	Corpus Christi: Patrón de San Sebastián	Este contenido de TikTok fue descargado de otro usuario y a pesar de haber usado las herramientas adecuadas no logró una viralidad óptima.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKNAcya/		Visualizaciones: 70 300 Comentarios: 143 Likes: 3 025 Compartidos: 837 Guardados: 473 Sonido: sonido original ssn	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #fiestasdelsol #fiestasdelcusco	Noche de Luces y Sonido 2024	El contenido de TikTok fue muy bueno porque alcanzó un gran nivel de viralidad e interacción de los seguidores ya que se abordó un tema de interés colectivo y se compartió información oportuna, fue de creación propia de SSN haciendo uso de las herramientas correctas de TikTok.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKNVxf2/		Visualizaciones: 228 800 Comentarios: 345 Likes: 5 592 Compartidos: 1 386	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #fiestasdelsol	Corso de Luces en saludo al Cusco inmortal	El contenido de este material audiovisual fue excelente, alcanzó un máximo nivel de viralidad e interacción de los usuarios porque generó sentimientos en el público objetivo con opinión divididas sobre el tema

			Guardados: 756 Sonido: mix caporales	#fiestasdelcusco #caporales		
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKN3j3W/		Visualizaciones: 20 100 Comentarios: 80 Likes: 292 Compartidos: 16 Guardados: 18 Sonido: last heroes	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #feriadehuancaro #fiestasdelcusco	Productores de Arpac protestan frente al Consejo Regional	Este TikTok fue muy bueno porque es la secuencia de “caso feria de Huancaro” que se volvió un tema muy controversial y polémico en el Cusco, alcanzó un nivel de visualizaciones e interacción deseados.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKNgQpW/		Visualizaciones: 2 658 Comentarios: 6 Likes: 38 Compartidos: 99 Guardados: 2 Sonido: mi valentin	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #machupicchu #lgtb	Pareja LGTB de venezolanos se comprometen en Machupicchu	El video de TikTok no cumplió con los parámetros deseados porque no llegó al nivel de viralidad ni interacción deseada.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKNQja8/		Visualizaciones: 3 556 Comentarios: 0 Likes: 55 Compartidos: 15 Guardados: 1 Sonido: san cristobital	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #fiestasdelsol #fiestasdelcusco	Prohíben eventos y venta de bebidas alcohólicas en San Cristóbal	Este contenido tampoco fue del agrado de los seguidores a pesar de que el tema fue interesante, controversial y publicado de forma oportuna.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKoanDY/		Visualizaciones: 5 237 Comentarios: 4 Likes: 103 Compartidos: 22 Guardados: 8	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #canes	Puririsun Alqochakunawan	El video de TikTok no logró la viralidad deseada a pesar de que el tema fue interesante esto se debe a que las imágenes de apoyo no fueron auténticas.

			Sonido: tusuy kusun	#fiestasdelcusco		
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKoUw1s/		Visualizaciones: 72 000 Comentarios: 32 Likes: 1 674 Compartidos: 135 Guardados: 182 Sonido: sonido original ssn	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #fiestasdelcusco #yardigans #moteros	Noche de luces y sonido 2024, segunda parte	Este video fue muy bueno ya que alcanzó el nivel de viralidad e interacción requerida, ello se debe a que el contenido fue auténtico de la multiplataforma de SSN, y el tema abordado fue de interés de los seguidores.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKooN9C/		Visualizaciones: 7 784 Comentarios: 1 Likes: 136 Compartidos: 8 Guardados: 5 Sonido: indafores	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #medioambiente #apagatumotor	Día del medio ambiente. Apaga tu motor por 10 minutos	El contenido audiovisual correspondiente a este TikTok no alcanzó el nivel de viralidad e interacción deseada a pesar que el video fue auténtico de SSN pero la población no mostró interés por el fondo.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrE18SV2/		Visualizaciones: 24 700 Comentarios: 242 Likes: 332 Compartidos: 45 Guardados: 39 Sonido: sonido original ssn	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #feriadehuancaro #fiestadelcusco	Werner Salcedo indicó que no incumple ningún compromiso con la ARPAC	El video es una secuencia de “caso feria de Huancaro” se trata de una entrevista polémica de interés social, por ello su nivel de viralidad e interacción fue buena.

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKoE96H/		Visualizaciones: 62 900 Comentarios: 53 Likes: 595 Compartidos: 88 Guardados: 48 Sonido: suspenseful	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #feriadehuancaro #fiestasdelcusco	Desalojo del ARPAC en la feria de Huancaro	De la misma forma este contenido es sobre “caso feria de Huancaro”, por ser un tema polémico y controvertido alcanzó un muy buen nivel de visualizaciones e interacción de los seguidores a asimismo fue publicada de forma oportuna e inmediata cuando se dieron los hechos.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKoqtuQ/		Visualizaciones: 263 600 Comentarios: 397 Likes: 6 083 Compartidos: 1 778 Guardados: 867 Sonido: oye mujer	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #nochedelucesysonido #fiestasdelcusco	Recomendaciones para la noche de luces y sonido 2024	El contenido de este TikTok fue excelente porque tuvo un gran alcance e interacción de los usuarios, el tema abordado se convirtió en tendencia por la connotación local y la polémica que generó.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrE1J4yq/		Visualizaciones: 27 800 Comentarios: 57 Likes: 483 Compartidos: 57 Guardados: 43 Sonido: bellas mentiras	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #fiestasdelcusco #nochedelucesysonido	Curso de luces 2024	Este TikTok fue bueno porque alcanzó un óptimo nivel de visualizaciones e interacción de los seguidores debido a que trató un tema en tendencia con videos auténticos de SSN logrando captar el interés de los usuarios.

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKotoTs/		Visualizaciones: 30 600 Comentarios: 21 Likes: 362 Compartidos: 23 Guardados: 28 Sonido: caporales	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #fiestasdelcusco #nochedelucesysonido	Curso de caporales 2024	El video alcanzó un buen rendimiento porque obtuvo un buen número de visualizaciones e interacciones ya que la publicación se realizó de forma oportuna y de un tema en tendencia que le gusto a los usuarios.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKotwmR/		Visualizaciones: 2 845 Comentarios: 6 Likes: 72 Compartidos: 6 Guardados: 6 Sonido: mi valentin	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #fiestasdelcusco #missperu	Cusco sede del Miss Perú 2025	Este contenido no logró convertirse en un tema viral porque no fue publicado oportunamente.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrE1ec9k/		Visualizaciones: 76 100 Comentarios: 8 Likes: 569 Compartidos: 310 Guardados: 88 Sonido: ama kiriwaychu	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #fiestasdelcusco #bajastemperaturas	Bajas temperaturas en Cusco	El contenido de este video fue muy bueno porque logró alcanzar un estándar de visualizaciones e interacción deseada ya que abordó un tema de temporada y curioso para los usuarios.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKoopqR/		Visualizaciones: 1 853 Comentarios: 0 Likes: 74 Compartidos: 4 Guardados: 2 Sonido: sonido original ssn	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #fiestasdelcusco #nochedelucesysonido	Personas con habilidades especiales saludan al Cusco en su mes jubilar	Este video no logró un buen nivel de rendimiento ya que no fue publicado oportunamente y las tomas de apoyo tampoco fueron auténticas, es decir fue un mal contenido.

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrE11m89/		Visualizaciones: 20 300 Comentarios: 39 Likes: 201 Compartidos: 9 Guardados: 17 Sonido: suspenseful	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias	Mujer agredió a una niña por hurtar su tienda en el distrito de Santiago	Este video se convirtió en tendencia porque abordó un tema de interés social y vulneración de los derechos contra el niño por ello es categorizado como un buen contenido, también se muestra la alteración de ciertos términos para no infringir las normas de la plataforma.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKotFDn/		Visualizaciones: 33 700 Comentarios: 48 Likes: 399 Compartidos: 106 Guardados: 52 Sonido: a llorar a otra parte	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #fiestasdelcusco #nochedelucesysonido	No se permitirá la venta de bebidas alcohólicas en la noche de luces y sonido	Este TikTok aborda un tema en tendencia local y controvertido para los usuarios es por ello que alcanza un buen nivel de visualizaciones e interacción.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKq9q5/		Visualizaciones: 198 400 Comentarios: 206 Likes: 3 612 Compartidos: 1 117 Guardados: 445 Sonido: spooky	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #universidadandina #delcusco	Mujer suplanta a universitaria para terminar carrera en la Andina	Este contenido es excelente porque alcanzó unas óptimas estadísticas de viralidad e interacción de los usuarios, el tema tratado causó curiosidad en la población por ello se convirtió en tendencia.

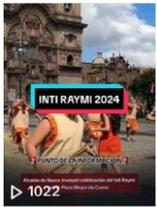
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrE1Rtve/		Visualizaciones: 70 200 Comentarios: 58 Likes: 1 654 Compartidos: 91 Guardados: 134 Sonido: tusuy kusun	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #fiestasdelcusco #nochedelucesysonido	Ganadores del concurso de danza de saludo al Cusco, nivel secundario	Las grabaciones auténticas de la multiplataforma apoyaron la viralidad del video obteniendo un muy buen alcance e interacción de los usuarios ya que el tema fue tendencia local en redes.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKoguQ2/		Visualizaciones: 1 948 Comentarios: 0 Likes: 36 Compartidos: 12 Guardados: 12 Sonido: suspenseful	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #andahuaylillascusco	Asalt4n grifo en Andahuaylillas	No se logró la cantidad de visualizaciones ni interacción óptima, este contenido fue malo porque no fue publicado de forma oportuna ni causó impacto en los seguidores.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrE1dj43/		Visualizaciones: 17 300 Comentarios: 3 Likes: 258 Compartidos: 20 Guardados: 15 Sonido: pincha andino	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #fiestasdelcusco #nochedelucesysonido	Concurso de danzas de institutos de educación superior	Este video de TikTok es bueno ya que obtuvo un buen nivel de viralidad e interacción porque las imágenes son originales de SSN y trata un tema en tendencia local.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKo3Phx/		Visualizaciones: 3 611 Comentarios: 2 Likes: 67 Compartidos: 13 Guardados: 2 Sonido: danger	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #unsaac	Egresados de la Unsaac realizan vigilia por la obtención de su bachillerato	Con respecto a este video no obtuvo un nivel de visualizaciones ni interacciones adecuado entre los usuarios porque el tema no fue interesante ni fue publicado oportunamente, el video fue malo.

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrKos1XS/		Visualizaciones: 1 100 Comentarios: 0 Likes: 20 Compartidos: 8 Guardados: 2 Sonido: oye mujer caporales	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #fiestasdelcusco #nochedelucesysonido #gatos #perros	Puririsun Alqochakunawan 2024	Este contenido de TikTok fue malo porque no se utilizó las herramientas de TikTok adecuadamente ni las imágenes fueron auténticas de la multiplataforma.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrE1RUhK/		Visualizaciones: 3 261 Comentarios: 3 Likes: 65 Compartidos: 5 Guardados: 4 Sonido: te amo tanto	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #policianacional #perritos	Gracias por todo Baby y Rey	Este contenido no logró un gran alcance porque el video no fue original de SSN y también no fue publicado oportunamente.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrE1LPHB/		Visualizaciones: 104 800 Comentarios: 292 Likes: 2 513 Compartidos: 788 Guardados: 209 Sonido: suspenseful	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #fiestasdelcusco #nochedelucesysonido #policianacional	Estudiantes de la Universidad Andina del Cusco libando en el parque de la madre	El contenido abordado en este TikTok fue excelente ya que generó polémica y controversia entre los usuarios y ello se evidencia en la cantidad de visualizaciones e interacción de los seguidores.

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrE1aLGW/		Visualizaciones: 5 115 Comentarios: 19 Likes: 87 Compartidos: 14 Guardados: 7 Sonido: valicha	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #fiestasdelcusco #nochedelucesysonido #uac	Alumnos de intercambio estudiantil de la UAC con zapatillas	El contenido de TikTok a pesar de tratar un tema controversial y polémico no alcanzó un buen rendimiento de visualizaciones ni interacción entre los seguidores ya que no se subió la información de manera oportuna.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrE1Ub84/		Visualizaciones: 20 200 Comentarios: 14 Likes: 359 Compartidos: 25 Guardados: 22 Sonido: mi valentin	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #fiestasdelcusco #nochedelucesysonido #uac	Universidad Andina del Cusco saluda al Cusco	Las imágenes auténticas y el tema en tendencia favorecieron a la obtención de buenos resultados con respecto a la cantidad de visualizaciones e interacción que tuvo este video.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrE1fMog/		Visualizaciones: 12 500 Comentarios: 2 Likes: 286 Compartidos: 9 Guardados: 11 Sonido: tusuy kusun	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #fiestasdelcusco #nochedelucesysonido #unsaac	Hoy no es un día cualquiera, hoy está rindiendo homenaje al Cusco la Unsaac	Este contenido de TikTok logró una buena cantidad de visualizaciones e interacción de los seguidores ya que las imágenes fueron imágenes de la plataforma de SSN y el tema era una tendencia local.

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrE1mUFC/		Visualizaciones: 6 189 Comentarios: 2 Likes: 84 Compartidos: 4 Guardados: 8 Sonido: soy cusqueño	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #fiestasdelcusco #nochedelucesysonido #unsaac	Resultados del concurso de danzas típicas de la Unsaac	Este contenido fue un compendio de imágenes subidas oportunamente pero que no alcanzaron buenos resultados con respecto a las visualizaciones e interacción.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrE1NpEx/		Visualizaciones: 65 800 Comentarios: 19 Likes: 1 265 Compartidos: 511 Guardados: 113 Sonido: live	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #bajas temperaturas #nevada	Yanaoca amaneció cubierta de nieve	El video de TikTok fue muy bueno porque obtuvo los resultados requeridos y la interacción necesaria porque el contenido fue publicado de forma oportuna y causó interés en los seguidores.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrE1a4Jt/		Visualizaciones: 1 070 Comentarios: 1 Likes: 17 Compartidos: 3 Guardados: 1 Sonido: sistema de mierda	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #fiestasdelcusco #consejoregional	Chillico pide más defensa de la democracia	Este video no fue auténtico de la multiplataforma de SSN ni fue publicado de forma oportuna por ello no logró el impacto requerido y es categorizado como un mal video.

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrE1BP1u/		Visualizaciones: 2 150 Comentarios: 0 Likes: 19 Compartidos: 5 Guardados: 3 Sonido: sonido original ssn	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #fiestasdelcusco #nochedelucesysonido	Hermanos Yaipén en la noche de luces y sonido 2024	A pesar de que las imágenes fueron auténticas de la multiplataforma no se logró la viralidad ni interacción deseada porque el contenido no fue difundido de forma oportuna.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrE12RgL/		Visualizaciones: 71 300 Comentarios: 40 Likes: 1 162 Compartidos: 96 Guardados: 118 Sonido: adios juventud	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #fiestasdelcusco #nochedelucesysonido	El maqta cusqueño dándolo todo junto a Saqra Warmicha	Este contenido obtuvo un muy buen nivel de visualizaciones e interacción porque se realizó una mención a una influencer cusqueña que también compartió el video en su perfil logrando así convertirse en tendencia.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrE1yQ4X/		Visualizaciones: 3 166 Comentarios: 0 Likes: 97 Compartidos: 16 Guardados: 9 Sonido: sonido original ssn	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #fiestasdelcusco #intiraymi	Haylli Qosqo	A pesar de que las imágenes del video son originales de SSN no se logró la viralidad ni interacción esperada porque la publicación no se realizó de forma instantánea ni oportuna, por ello el contenido fue malo

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrE1x6Qu/		Visualizaciones: 1 022 Comentarios: 0 Likes: 11 Compartidos: 3 Guardados: 1 Sonido: sonido original ssn	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #fiestasdelcusco #intiraymi	Alcalde de Nazca irrumpe celebración del Inti Raymi	Con respecto a este video no se obtuvo buenos resultados en las visualizaciones ni interacción porque no se publicó el video de forma oportuna y las imágenes fueron viralizadas en otras páginas.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrE1B83a/		Visualizaciones: 2 487 Comentarios: 0 Likes: 24 Compartidos: 2 Guardados: 2 Sonido: suspenseful	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #fiestasdelcusco #intiraymi	Tula Rodríguez recibe 32000 soles por conducir el Inti Raymi	A pesar de que el tema se convirtió en tendencia en redes sociales, en la plataforma de SSN no logró un buen alcance porque otros usuarios publicaron el video con anterioridad.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrE151P5/		Visualizaciones: 21 500 Comentarios: 10 Likes: 270 Compartidos: 228 Guardados: 33 Sonido: suspenseful	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #bajastemperaturas #gripeaviar	Gripe aviar en Cusco: intensifican inspección a locales de venta de pollo en la Av del Ejercito	Este contenido fue muy bueno porque alcanzó un rendimiento estadístico e interacción deseado, ya que se trató de un tema novedoso y de impacto social.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrE1BbMF/		Visualizaciones: 61 100 Comentarios: 24 Likes: 607 Compartidos: 236 Guardados: 86 Sonido: alerte	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #juliaca	Accidente de tránsito en la ruta Juliaca-Cusco	Con respecto a este video si se obtuvo un alcance e interacción muy buena ya que fue publicado de forma oportuna y el contenido se volvió tendencia, pero por contener imágenes sensibles la plataforma de TikTok censuró la portada del contenido.

@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrE1Uq6V/		Visualizaciones: 1 961 Comentarios: 1 Likes: 42 Compartidos: 9 Guardados: 2 Sonido: suspenseful	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias	Denuncian revendedores de las ferias itinerantes	Este video no logró causar interés en los usuarios por ello obtuvo un mal número de visualizaciones e interacción por parte de sus usuarios.
@ssnmundo_	https://vm.tiktok.com/ZMrE1mkNS/		Visualizaciones: 10 900 Comentarios: 60 Likes: 310 Compartidos: 18 Guardados: 14 Sonido: epic	#PuntoDeLaInformación #cusco #noticias #snn	Ciudadanos denuncian sabotaje para recolectar firmas en contra del gobernador regional	El contenido de este TikTok logró un buen rendimiento estadístico de visualizaciones e interacción de los usuarios porque trató un tema de interés político y local que es de importancia entre los ciudadanos.

Fuente: Elaboración propia, septiembre 2024.

5.3 Resultados de las entrevistas

Se realizaron entrevistas estructuradas de acuerdo al tema de investigación y las dimensiones establecidas, en la que participaron los Community manager y encargados de generar contenido para la plataforma de TikTok de Super Star Noticias.

Las entrevistas que se desarrollaron para el trabajo de investigación fueron a 2 colaboradores y el director del medio de comunicación, cada uno de ellos es encargado de crear material audiovisual para las diferentes plataformas que maneja Super Star Noticias y en especial la red social TikTok, a ellos se les realizó diferentes preguntas de forma estructurada cuyas respuestas aportan a la investigación y brindar soporte para validar las hipótesis, en torno al nivel de conocimiento, las estrategias comunicativas y el entorno laboral dentro de esta empresa.

En ese sentido, a continuación, presentamos el análisis y discusión de los resultados de las entrevistas realizadas.

5.4 Entrevistas y análisis

Tabla 6

Guía de entrevista 01

Entrevista 01: Jorge Antonio Pure Zuniga	
Director General de Super Star Noticias, encargado de las entrevistas y edición de videos para la plataforma de TikTok.	
1. ¿Del 1 al 10 qué nivel de conocimiento crees que posees sobre la plataforma TikTok para lograr un gran alcance en tus videos? ¿Por qué?	
Respuesta	Análisis
Yo creo que un 7, porque hay un montón de herramientas que han agregado y tienes que actualizarte constantemente, no es que	El director del canal manifiesta que no tiene conocimiento al 100% de la plataforma debido a la actualización constante de la red social y que para

<p>simplemente subas un video por subir, hay tips y consejos que la misma plataforma te brinda para que los videos sean más virales, pero a veces la gente no se da el tiempo de aprender.</p>	<p>subir un contenido se necesita de recomendaciones previamente estudiadas.</p>
--	--

2. ¿Qué determina el éxito para que los videos de TikTok de Super Star Noticias sean virales?

Respuesta	Análisis
<p>Considerando que es una plataforma de un canal de noticias, pienso que la velocidad en subir una primicia y sobre todo que la información sea veraz y clara, porque una mala información te quita la credibilidad y fidelidad con sus usuarios.</p>	<p>Se destaca la importancia de subir las noticias al instante y con exclusividad, también el tratamiento de la información debe ser adecuado y siempre con la verdad.</p>

3. ¿Qué estrategias comunicativas utilizas para realizar los videos en TikTok?

Respuesta	Análisis
<p>Considerando que en la actualidad existe mucha información que van más acelerados que el TikTok, yo utilizo el internet que me sirve como guía para una estrategia comunicativa y averiguar información a nivel mundial, también existen páginas a las cuales debes estar pendiente porque te ayudan a informarte más rápido.</p>	<p>Considera que el internet es la clave para guiarse en cualquier estrategia comunicativa debido a que vivimos en un cambio constante donde las redes son muy aceleradas.</p>

4. ¿Consideras que la cuenta de TikTok de Super Star Noticias utiliza las estrategias comunicativas adecuadas para posicionarse en su público objetivo y tener buena aceptación? ¿Por qué?	
Respuesta	Análisis
Si, porque a nivel local existen medios de comunicación que recién están ingresando en un cambio e innovando en la plataforma de TikTok, pero Super Star Noticias fue uno de los primeros medios en Cusco en subir contenido a esta nueva plataforma que se utilizó más durante la pandemia.	Expresa que Super Star Noticias usa estrategias comunicativas para la producción de sus videos debido a la nueva era digital que la sociedad está acostumbrándose, en la cual las redes sociales son de suma importancia.
5. ¿Qué nuevas estrategias comunicativas deberías emplear para lograr más aceptación y más viralidad en los videos?	
Respuesta	Análisis
Primero, el manejo de la información, debemos tener calidad tanto en el audio como en el video y lo principal la velocidad, porque el mundo es tan rápido que si no eres veloz te ganan otros medios con la información.	Para el director es de suma importancia la calidad del audio y el video, asimismo la velocidad con la que se publica un contenido.
6. ¿Qué táctica has implementado para impulsar la participación de la comunidad de Super Star Noticias en la red social TikTok?	
Respuesta	Análisis
Lo primordial es la fluidez de la información y no esperar un tiempo muerto para lanzar un material informativo, también realizar un manejo rápido y	Prioriza la publicación adecuada de las noticias en el momento en el que transcurrieron los hechos para no redundar en una noticia pasada, además

correcto que ayude a lanzar contenido y que la gente se enganche de manera veloz. Asimismo, para impulsar la participación se sortearon premios entre los primeros seguidores de la plataforma de TikTok de Super Star Noticias.	enfoca la entrega de diferentes incentivos a los seguidores.
---	--

7. ¿Qué haces para informarte de las últimas tendencias de TikTok y aplicarlas a la multiplataforma de Super Star Noticias?

Respuesta	Análisis
Seguir medios referenciales de canales mundiales que son los que te ayudan tanto en la línea gráfica como en el manejo de los videos y audios.	En relación a las tendencias en TikTok, el director expresa la necesidad de guiarse por medio de comunicación con más amplia experiencia en el mundo de las noticias.

8. ¿Qué herramientas utilizas a diario para la creación de tus videos?

Respuesta	Análisis
La herramienta más versátil para mi es CapCut y obviamente los videos que llegan de la mano del equipo de prensa que son vitales para la creación del contenido digital.	Manifiesta la importancia del trabajo de los demás colaboradores que son esenciales para la creación de contenido ya que ellos dotan de entrevistas e información que luego será editada en un programa de mayor facilidad para cada uno.

9. ¿Cuáles son los retos que enfrentas para que tus videos tengan la aceptación del público?

Respuesta	Análisis
Un reto importante es el titular y la imagen de portada del video porque si el usuario ve que el titular no es atractivo, ya lo perdiste, y otro que los videos sean cortos y breves	Pone en conocimiento una de las partes fundamentales que debe poseer una noticia, que es el titular, del mismo menciona algunas características tanto de fondo como de forma.

porque a la gente no le gusta leer mucho ni escuchar videos largos y lo más importante son las normas de la comunidad de TikTok.	
10. ¿Qué métricas consideras importantes para analizar el rendimiento del contenido publicado en la plataforma de TikTok de Super Star Noticias?	
Respuesta	Análisis
Primero, la cantidad de reproducciones porque si el video es interesante la gente lo va a ver, segundo los comentarios de los usuarios que consumen el material, los me gusta y compartidos que ayuda a que el video publicado sea más viralizado.	En relación con las métricas para el rendimiento de un contenido, el entrevistado dispone que lo principal es la cantidad de reproducciones que tiene un video ya que es inevitable no reproducir información importante.

Fuente: Elaboración propia, octubre 2024.

Tabla 7

Guía de entrevista 02

Entrevista 02: Ruth Talia Cruz Mamani	
Community Manager y encargada de publicar videos en la plataforma de TikTok	
1. ¿Del 1 al 10 qué nivel de conocimiento crees que posees sobre la plataforma TikTok para lograr un gran alcance en tus videos? ¿Por qué?	
Respuesta	Análisis
El nivel de conocimiento que poseo en cuanto a la plataforma de TikTok es un 8, debido a la constante interacción con esta plataforma, me ha ayudado mucho a ver y analizar qué tipo de videos en este caso	La Community manager afirma poseer un amplio conocimiento de la plataforma digital y resume la importancia en la clase de contenido que se sube o se publica en esta red social.

<p>noticiosos nos ayuda a nosotros a investigar y al público a consumir esta noticia.</p>	
<p align="center">2. ¿Qué determina el éxito para que los videos de TikTok de Super Star Noticias sean virales?</p>	
<p align="center">Respuesta</p>	<p align="center">Análisis</p>
<p>Lo que determina en cuanto al canal de Super Star Noticias es básicamente el tema, hay días que en la ciudad del Cusco suceden protestas o accidentes que son muy escuchados, vistos y hablados por los demás, entonces de acuerdo a ello nosotros tenemos que buscar información y seguido subirlo a nuestras diferentes plataformas, en este caso el TikTok.</p>	<p>Para la comunicadora el éxito de un video se remonta principalmente en el tema o conocida por los periodistas como la noticia del día.</p>
<p align="center">3. ¿Qué estrategias comunicativas utilizas para realizar los videos en TikTok?</p>	
<p align="center">Respuesta</p>	<p align="center">Análisis</p>
<p>Las principales estrategias que utilizo, primero utilizo una línea grafica que es conocida por los usuarios que nos siguen, a ello se le suma el tema ya que siempre llamamos a una voz de acción, es por ello que nos diferenciamos de las demás plataformas y a su vez también algo que estamos implementando es el uso de hashtags, cada día tratamos de mejorar y actualizarnos.</p>	<p>Considerando las estrategias comunicativas para ella lo esencial de un medio de comunicación está ligado al diseño gráfico y las últimas actualizaciones de esta plataforma.</p>

4. ¿Consideras que la cuenta de TikTok de Super Star Noticias utiliza las estrategias comunicativas adecuadas para posicionarse en su público objetivo y tener buena aceptación? ¿Por qué?	
Respuesta	Análisis
<p>Si, porque la plataforma de TikTok de Super Star Noticias utiliza buenas estrategias como el branding, que marca una parte diferenciada de todas las otras plataformas y hace resaltante nuestro trabajo como una plataforma reconocida por todos los usuarios, otro punto importante para posicionarnos es el tema del que se habla ya que tenemos a nuestros reporteros y nos traen noticias relevantes y de acuerdo a ello tenemos la aceptación del público, eso se evidencia a través de los comentarios, me gusta y compartidos.</p>	<p>Ella considera que se utilizan las estrategias comunicativas correctas para un público objetivo establecido y resalta como evidencia la cantidad de visualizaciones, comentarios y compartidos que para TikTok es fuente primordial para que un video sea viral.</p>
5. ¿Qué nuevas estrategias comunicativas deberías emplear para lograr más aceptación y más viralidad en los videos?	
Respuesta	Análisis
<p>Me he dado cuenta de que muchas plataformas utilizan bastante el horario, el horario hace que tu público sepa en qué momento subirás un contenido; lo otro sería interactuar más con el usuario haciéndoles partícipes de la información.</p>	<p>Se evidencia la falta de programación y establecer un horario adecuado para obtener mayor demanda en los contenidos.</p>

6. ¿Qué táctica has implementado para impulsar la participación de la comunidad de Super Star Noticias en la red social TikTok?

Respuesta	Análisis
<p>El tema, es muy importante ponernos en un lugar más allá de ser personas que solo nos dedicamos a las redes sociales, sino también que nos gusta como consumidor; debemos tener un buen tema de que hablar y generar contenido para que las personas puedan estar interesadas en ello.</p>	<p>En relación a las tácticas la comunicadora pone en conocimiento la importancia de abordar un buen tema que genere interés en los usuarios, además hacerlos partícipes de las noticias.</p>

7. ¿Qué haces para informarte de las últimas tendencias de TikTok y aplicarlas a la multiplataforma de Super Star Noticias?

Respuesta	Análisis
<p>Yo participo en seminarios y me informo de acuerdo a las últimas noticias novedosas que se encuentran en tendencia en esta plataforma, algo que he aprendido es que las redes sociales nunca están paradas, siempre están en constante movimiento, son dinámicas, los últimos aprendizajes que he podido adquirir de esta red social es que tenemos que ser muy diferenciadores, ya tenemos el branding que hace que nosotros nos diferencien de otros usuarios, también la cantidad de comentarios, el uso de los hashtags, y la música.</p> <p>Como por ejemplo nuestra marca la cual se diferencia es el hashtags #PuntoDeLaInformación, estas tendencias</p>	<p>Para la comunicadora es importante su desarrollo personal y profesional y todo ello lo aplica en su centro de trabajo al crear contenido para la plataforma poniendo en práctica sus aprendizajes.</p>

<p>siempre se aplican en la multiplataforma de Super Star Noticias.</p>	
<p>8. ¿Qué herramientas utilizas a diario para la creación de tus videos?</p>	
<p>Respuesta</p>	<p>Análisis</p>
<p>Hay diferentes herramientas para la edición del video, a veces utiliza la misma plataforma de TikTok, CapCut, también es importante tener un buen celular, micrófono, a veces se usa los trípodes para celulares, cámaras que nos brinda el canal, y algo importante es el guión que nos ayuda a poder dar la información.</p>	<p>Considera varias herramientas esenciales para la edición de un video desde herramientas digitales hasta instrumentos físicos que la misma empresa dispone para que el trabajo sea llevado con mayor eficacia.</p>
<p>9. ¿Cuáles son los retos que enfrentas para que tus videos tengan la aceptación del público?</p>	
<p>Respuesta</p>	<p>Análisis</p>
<p>Un reto muy importante es saber qué decir, el guión es muy importante para seguir una secuencia y no quedarnos en stand by. otro reto importante saber si el video va a ser viral o no y lo más importante de todo creador de contenido debe tener en cuenta son las normas de comunidad que nos brinda la red social TikTok porque debemos tener mucho cuidado en lo que hablamos, en las imágenes y videos que son sensibles para el público y no vulnerar ninguna norma de esta plataforma.</p>	<p>Pone énfasis en dos cosas: primero en la elaboración de un guión para informar de una noticia de forma correcta, y segundo en las normas que TikTok establece a todos los usuarios para no vulnerar ni atentar contra la sensibilidad de todos los seguidores.</p>

10. ¿Qué métricas consideras importantes para analizar el rendimiento del contenido publicado en la plataforma de TikTok de Super Star Noticias?	
Respuesta	Análisis
Todos somos conocedores de ello, primero están los me gusta, los comentarios y los compartidos, personalmente una métrica importante son los comentarios, ya que cuando algo es interesante tu también quieres ser parte de ello y comentas el video.	En cuanto a las métricas para medir el rendimiento de un video ella afirma que lo primordial se basa en los me gusta, comentarios y compartidos que cada video tiene, pero hace énfasis en los comentarios donde la entrevistada piensa que es lo esencial.

Fuente: Elaboración propia, octubre 2024.

Tabla 8

Guía de entrevista 03

Entrevista 03: Reyna Eva Villafuerte Huisa	
Encargada de la búsqueda de información y elaboración del guión para la publicación de los materiales audiovisuales.	
1. ¿Del 1 al 10 qué nivel de conocimiento crees que posees sobre la plataforma TikTok para lograr un gran alcance en tus videos? ¿ Por qué?	
Respuesta	Análisis
Yo siento que poseo un 8 porque cada cierto tiempo esta red social está en constante actualización donde se incorpora o quita algunas herramientas esenciales, por ello es necesario estar pendientes y capacitarnos cada cierto tiempo.	La entrevistada se califica con un buen puntaje sobre el nivel de conocimiento que posee de la plataforma de TikTok y considera que la red social está en constante actualización y es necesario la capacitación cada cierto tiempo.

2. ¿Qué determina el éxito para que los videos de TikTok de Super Star Noticias sean virales?	
Respuesta	Análisis
<p>Pienso que lo más importante es la segmentación que se tiene cuando se crea un usuario de TikTok, Super Star Noticias se dedica exclusivamente a las noticias y la difusión de la información por eso los temas deben estar ligados a este entorno, igualmente el tema abordado debe ser coyuntural a las situaciones más relevantes principalmente del Cusco y de ahí abarcar otros departamentos del Perú.</p> <p>Otro punto muy importante es colocar sonidos en tendencia y también el uso adecuado del hashtags, Super Star Noticias fue el creador del hashtag PuntoDeLaInformación, ello ayuda a que los usuarios puedan encontrar nuestro contenido mucho más rápido al utilizar este algoritmo.</p>	<p>Identifica las funciones principales cuando se creó el TikTok de Super Star Noticias que es la difusión de noticias a nivel local, nacional e internacional, así como la importancia de la segmentación para lograr un público objetivo.</p> <p>También menciona herramientas importantes que brinda la plataforma de TikTok y que Super Star Noticias creó e innovó dentro de esta red social.</p>
3. ¿Qué estrategias comunicativas utilizas para realizar los videos en TikTok?	
Respuesta	Análisis
<p>La primera estrategia comunicativa que se utilizó cuando se creó el TikTok de Super Star Noticias fue segmentar nuestro nicho de usuarios, es decir nuestro público objetivo al cual va a estar direccionado nuestro contenido.</p> <p>La segunda estrategia que usamos fue captar la confianza de los usuarios mediante la</p>	<p>La entrevistada pone en conocimiento el uso de diferentes estrategias comunicativas como es la segmentación de público objetivo, fidelidad de los usuarios en cuanto a la información y el posicionamiento en relación a otros medios de comunicación.</p>

<p>difusión de contenido verídico y fácil de comprender, ya que en la actualidad la información llega más rápido a las personas por medio de las redes sociales.</p> <p>Y por último mantenemos la estrategia de posicionarnos como uno de los medios de comunicación con mayor cantidad de seguidores en el Cusco y ello se logra subiendo información a nuestra página de forma continua y de interés colectivo de los seguidores.</p>	
<p>4. ¿Consideras que la cuenta de TikTok de Super Star Noticias utiliza las estrategias comunicativas adecuadas para posicionarse en su público objetivo y tener buena aceptación? ¿Por qué?</p>	
<p>Respuesta</p>	<p>Análisis</p>
<p>Si, porque eso se refleja en la cantidad de seguidores y la cantidad de me gustas en general que tiene la cuenta de TikTok, Super Star Noticias ingresó a esta plataforma como uno de los primeros medios de comunicación innovando las redes sociales y ahora el contenido que se publica se vuelve tendencia rápidamente y los usuarios mediante mensajería directa hacen llegar sus propias denuncias haciéndoles partícipes de esta plataforma.</p>	<p>Ella relaciona el uso adecuado de las estrategias comunicativas con el número de seguidores que obtuvo la página de TikTok de Super Star Noticias, lo argumenta con los videos en tendencia sobre denuncias exclusivas que tiene la página.</p>

5. ¿Qué nuevas estrategias comunicativas deberías emplear para lograr más aceptación y más viralidad en los videos?	
Respuesta	Análisis
<p>Claramente se observa que en la plataforma de TikTok de Super Star Noticias falta más interacción con los usuarios, ello se refleja al responder comentarios que dejan los seguidores cuando miran una noticia, ya que eso implica que el creador del contenido se toma un tiempo para prestar atención a sus seguidores, cuestión que es muy valorada hoy en día en las plataformas digitales.</p> <p>Otro punto débil que se debe impulsar son las transmisiones en vivo y directo, porque obtienes un acercamiento más real y directo con tus usuarios.</p>	<p>En relación a las nuevas estrategias que se deben emplear, la entrevistada manifiesta la falta de interacción directa con los usuarios y lo evidencia con la falta de respuestas que los usuarios dejan en los videos publicados cuando poseen una duda o interrogante sobre el tema.</p> <p>También evidencia la falta de transmisión en vivo y directo para tener interacción directa con los seguidores.</p>
6. ¿Qué táctica has implementado para impulsar la participación de la comunidad de Super Star Noticias en la red social TikTok?	
Respuesta	Análisis
<p>Simplemente creando contenido de interés social que generan diversas emociones en los usuarios y lo plasman mediante los comentarios, además dando importancia a las noticias locales y pidiendo ayuda a la comunidad de seguidores para difundir ciertos temas de interés colectivo, realizando temas controversiales y de interés común que aquejan a la población.</p>	<p>Ella fundamenta la prioridad de llegar emocionalmente a los usuarios mediante las noticias ya que ello causa mayor impacto e interés social en la población.</p>

7. ¿Qué haces para informarte de las últimas tendencias de TikTok y aplicarlas a la multiplataforma de Super Star Noticias?	
Respuesta	Análisis
<p>Seguir páginas de alcance internacional y nacional para tenerlas como referencia y analizar si el contenido le gusta o no al público al que se dirigen.</p> <p>Estar pendientes a otras redes sociales como X (antes Twitter) porque la información a esta plataforma llega mucho más rápido que a otras redes sociales, entonces es allí cuando analizamos todo el proceso creativo que tendrá el siguiente video.</p>	<p>Para la creadora de contenido es importante tener referencias de otros medios de comunicación más prestigiosos a nivel nacional e internacional, y seguir tendencias de otras plataformas digitales para plasmarlas en su medio de comunicación.</p>
8. ¿Qué herramientas utilizas a diario para la creación de tus videos?	
Respuesta	Análisis
<p>La principal herramienta que utilizo es la misma plataforma de TikTok el cual tiene diferentes aplicativos para poder crear videos atractivos, otra herramienta es el uso de CapCut que tiene alianza directa con TikTok lo que realza y llena de creatividad un video.</p> <p>Una herramienta interesante que se ha utilizado últimamente es el uso de la inteligencia artificial para transformar video, fotos y audios, pero debes usarlo adecuadamente para no escapar de la realidad.</p>	<p>Enumera las diferentes herramientas que son de su utilidad para generar publicaciones en la plataforma de TikTok, como: TikTok, CapCut y la Inteligencia Artificial, cada una de ellas es utilizada inteligentemente, pero realizan el trabajo conjunto para la creación de un video.</p>

9. ¿Cuáles son los retos que enfrentas para que tus videos tengan la aceptación del público?	
Respuesta	Análisis
<p>Un primer reto en lo personal es la edición del video, porque me gusta que sea atractivo tanto para mí, como para el público obteniendo imágenes de calidad que apoyen al desarrollo de la información; segundo, es la elaboración del guión o el desarrollo de la noticia que debe ser comprensible para todo el público sin cambiar ni alterar la noticia. Pero lo primordial es saber lidiar con las normas de la comunidad que establece TikTok ya que si no la sabes puedes utilizar imágenes no adecuada y palabras no permitidas que en consecuencia pueden terminar con la anulación de tu cuenta de TikTok.</p>	<p>En cuanto a los retos pone énfasis en respetar las normas que impone la misma plataforma de TikTok, además de la edición del video y el impacto que este puede causar en su público objetivo.</p>
10. ¿Qué métricas consideras importantes para analizar el rendimiento del contenido publicado en la plataforma de TikTok de Super Star Noticias?	
Respuesta	Análisis
<p>Yo me baso en la cantidad de visualizaciones que obtiene un video y también la cantidad de me gusta por hora, porque ello es determinante para observar si un video es viral o no.</p> <p>Un buen contenido de TikTok logra que subas de seguidores de forma instantánea, demostrando que el contenido fue de interés y agrado de los seguidores.</p>	<p>Como cualquier creador de contenido la entrevistada también le da prioridad a la cantidad de visualizaciones que obtiene un video ya que de ello depende la viralidad o no del mismo.</p>

Fuente: Elaboración propia, octubre 2024.

5.5 Discusión

Con respecto a la dimensión que contiene las características que posee la plataforma de TikTok se evidenció que estas cumplen una función importante dentro de las estrategias comunicativas que utiliza el medio de comunicación de Super Star Noticias, valiéndose de cada una de ellas para cumplir un objetivo en común que es realizar contenido en tendencia e importante para los usuarios, utilizando las herramientas de la plataforma digital y obteniendo buenos resultados que las características respaldan.

Sin embargo, es importante resaltar que no todos los videos publicados obtienen los resultados esperados, ello se debe a que no se aplicaron las estrategias comunicativas adecuadas para cumplir con la finalidad, por eso no causa ningún interés en los usuarios y como consecuencia el vídeo no se convirtió en tendencia.

En relación a la dimensión nivel de conocimiento, mediante las entrevistas se evidencia que el personal que labora y genera contenido para la plataforma de TikTok de Super Star Noticias posee un alto conocimiento sobre las bondades que brinda esta red social y gracias a ella se han obtenido buenos resultados a nivel cuantitativo en la cantidad de seguidores, reproducción de los videos y me gustas, ello pone en evidencia que el trabajo realizado por los colaboradores es ejecutado de forma adecuada.

Aunque, la red social siempre está en constante actualización, es fundamental la capacitación continua de los creadores de contenido para seguir desarrollando de forma óptima videos de interés social que agraden a su público objetivo.

En lo que respecta a las dimensiones de la variable estrategia comunicativa, primero se identificó el uso de las formas de comunicación a nivel bidireccional y multidireccional; nos referimos a bidireccional cuando los usuarios envían mensajes directos al chat de la plataforma de TikTok y el Community manager se encarga de dar una respuesta, en este caso los usuarios realizan sus denuncias y el encargado de la plataforma de TikTok le brinda una

respuesta inmediata; mientras tanto, en la comunicación multidireccional los creadores de contenido ponen en evidencia un tema de interés social llegando a varios usuarios que dejan comentarios en el mismo video.

En la dimensión mensaje comunicativo se observó la importancia del tema que se trata en un video, Super Star Noticias por ser un medio de comunicación desarrolla noticias a nivel local, nacional e internacional, mediante un producto comunicativo fidedigno y fácil de comprender para todos los usuarios.

Asimismo, se identificó que existen algunas alteraciones para expresar de forma adecuada el mensaje comunicativo, ello se debe a la limitación del uso de algunas palabras e imágenes, que alteran las normas de la comunidad.

En los últimos años la plataforma de TikTok ha dejado de ser utilizado solo en el entretenimiento, ahora se convirtió en un canal estratégico de comunicación que diversos medios comunicativos lo utilizan, ellos se adaptan a los hábitos informativos de las nuevas generaciones que buscan un formato de videos cortos y dinámicos.

El uso del TikTok en los medios de comunicación se destaca por diversos aspectos donde el contenido debe adaptarse a un formato breve y puntualmente atractivo, por ello los periodistas y creadores de contenido utilizan esta red social para resumir noticias, ofrecer análisis rápidos y presentar información de manera creativa, TikTok obliga a los comunicadores a ser breves, concisos y directos.

Según un informe publicado por la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas 2022, el objetivo de los medios de comunicación al innovar en esta plataforma es interrelacionarse con audiencias juveniles, porque este grupo ha migrado a las redes sociales. La plataforma de TikTok ofrece difusión de noticias de manera breve e innovadora que los medios de comunicación generan, con la finalidad de obtener interacción en cada publicación desarrollando contenido informativo impactante y en tiempo real.

En la investigación “Nuevas narrativas de los medios de comunicación en TikTok en España-2022” advierte que la plataforma de TikTok desarrolla nuevos desafíos en las prácticas informativas ya que el formato obliga a simplificar y dramatizar la información para captar la información de los usuarios, también existe otro riesgo que es confundir la inmediatez con la necesidad de captar audiencia que pueden llevar a la banalización de la información, para ello los medios de comunicación deben buscar un equilibrio para informar con entretenimiento sin perder la credibilidad.

En resumen, la plataforma de TikTok es utilizada como una estrategia comunicativa por diferentes medios de comunicación, en las cuales también se aplican estrategias dentro de esta plataforma para poder cumplir con el objetivo propuesto, algunas de esas estrategias que se utilizan es la creación de videos cortos, atractivos visualmente y resúmenes informativos que sean de interés para captar seguidores o mantener a los que ya se tiene.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

Propuesta: “LAS CINCO NOTICIAS DEL DÍA”

6.1. Denominación del Proyecto

“Las cinco noticias del día” es la denominación que asignaremos al proyecto en relación a las cinco noticias más importantes tanto de nivel local, nacional e internacional que acontecen diariamente en diferentes lugares del Perú, “cinco noticias” nos referimos a material informativo que es de interés de la población y “del día”, con referencia al acontecer diario; este proyecto será difundido mediante la plataforma de TikTok de Super Star Noticias.

6.2. Descripción

“Las cinco noticias del día” es un producto comunicativo que mediante estrategias comunicativas desarrollará un formato atractivo e innovador para la plataforma de TikTok de Super Star Noticias; realizando un resumen breve, corto y veraz de las noticias más importantes que acontecen diariamente; apoyándose de una comunicadora para presentar las noticias que con ayuda de las herramientas digitales que posee esta plataforma se colocarán subtítulos, de esta manera llegaremos a un público objetivo más amplio.

Para que el contenido visual alcance las métricas necesarias en visualizaciones, likes y comentarios se debe tomar en cuenta las siguientes estrategias:

- Los videos deben durar como máximo un minuto, ser breves y concisos para no generar aburrimiento de los usuarios.
- La publicación se realiza en un horario específico, de preferencia en la tarde, donde hay más tráfico en redes sociales.
- Los videos deben poseer una alta calidad tanto en forma como en fondo.

- El contenido publicado debe ser interactivo para llamar la atención de los usuarios, como los efectos de sonido y transición de las tomas.
- Se reemplaza la voz de la Inteligencia Artificial por una humana, en la cual tenga una buena modulación y un buen timbre de voz.

6.3. Justificación

La importancia de realizar este proyecto recae en la necesidad del medio de comunicación en innovar con nuevas estrategias dentro de la plataforma de TikTok; pero también, es relevante para los usuarios sistematizar y simplificar de forma breve y resumida los acontecimientos más importantes del territorio nacional. Con este proyecto pretendemos ampliar el consumo de noticias y poner en conocimiento el acontecer diario de interés social.

6.4. Finalidad de la propuesta

Este proyecto busca innovar en la plataforma de TikTok, simplificando y resumiendo los acontecimientos más importantes del país para ampliar el consumo de noticias y mantener informados a los usuarios sobre temas de interés social.

6.5. Plan de acción del proyecto

Consiste en la ejecución del proyecto, se propone dividir en 3 fases, las cuales se ejecutarán progresiva y complementariamente para obtener un trabajo final que apoye a las conclusiones de la investigación.

6.5.1 Fase 1

Se realizará una capacitación a los encargados de la plataforma de TikTok de Super Star Noticias a cargo de la creadora de contenido oficial quien brindará detalles sobre las nuevas innovaciones que tendrá la plataforma para este formato digital.

Los aspectos por tomar en cuenta están basados en medios nacionales reconocidos que innovaron en esta nueva propuesta, pero todavía en el departamento del Cusco ningún medio de comunicación lo utiliza.

Además, implementaremos el uso de estrategias comunicativas para la plataforma de TikTok regidas por las normas que nos exige esta red social y pondremos en práctica los conocimientos que se poseen sobre el uso del TikTok.

Tabla 9

Propuesta de elaboración de guión

PROPUESTA DE ELABORACIÓN DEL GUIÓN DE TIKTOK	
Titular	Es la parte esencial para generar el contenido, ya que debe ser atractivo para los usuarios y lograr captar la atención del público, breve y fácil de comprender.
Entrada	Se anuncia brevemente el nombre del contenido del video.
Desarrollo de las noticias	Detalladamente se inicia la ampliación de las noticias más destacadas durante el día.
Cierre	Finalizamos con el logotipo de la multiplataforma de Super Star Noticias.

Fuente: Elaboración propia, octubre 2024.

6.5.2 Fase 2

Teniendo en cuenta la cantidad de personas que dispone el medio de comunicación para generar contenido en la plataforma de TikTok se dividirá tareas acordes a las habilidades que posee cada trabajador.

- **Reporteros de investigación:** Serán los encargados de obtener las noticias más relevantes del día apoyados de una entrevista, ellos realizan investigación y seguimiento de las noticias más relevantes que acontece en la ciudad imperial del Cusco y a nivel nacional recaudan información de medios confiables.
- **Redactor:** Será el especialista que posee técnicas narrativas para transformar la información en noticia poniendo en práctica sus habilidades comunicativas, tendrá como labor redactar el guión de “las 5 noticias más importantes del día”.

- **Editor:** Se encargará del aspecto audiovisual y el aspecto gráfico de los videos que serán publicados, ayudará en las grabaciones de la presentadora y generará subtítulos para cada video del TikTok porque se evidenció la acogida que posee esta nueva herramienta.
- **Presentadora:** Será la imagen visual de los productos comunicativos, porque se observó esta iniciativa de desarrollar las noticias no solamente con una voz en off sino apoyados de una figura representativa que dé a conocer “las 5 noticias más relevantes”
- **Community manager:** Será la encargada de publicar el contenido en la plataforma de TikTok de Super Star Noticias, verificando el material antes de ser compartido con los usuarios.

6.5.3 Fase 3

En esta fase se realizará la ejecución del proyecto denominado “las 5 noticias del día”, para ello se tomarán en cuenta diversos estándares del equipo y la producción y así obtener y dar a conocer una propuesta innovadora a los seguidores de la plataforma de TikTok de Super Star Noticias.

Luego, se realizará la evaluación del proyecto para así poder identificar el alcance obtenido por las nuevas publicaciones y el nuevo proyecto comunicativo; si las publicaciones logran obtener buenos resultados pondría en evidencia el uso adecuado de estrategias comunicativas para la plataforma de TikTok de Super Star Noticias.

a. Lineamientos gráficos:

- **Logotipo:** Contendrá un símbolo de diferentes elementos gráficos que permitirán al usuario identificarse visualmente con las 5 noticias del día de Super Star Noticias, para lo cual se recomienda evitar variaciones en la forma o color que no contemplen el plan porque conlleva a una afeción de la identidad gráfica de la empresa.

Figura 4

Propuesta de logo



Fuente: Elaboración propia, octubre 2024.

- **Tipografía:** Con la finalidad de mantener la relación y armonía de las publicaciones se determinó por conveniente utilizar la tipografía Glacial Indifference y para generar los subtítulos de la voz en on y off se usará la tipografía Bold de la misma plataforma de TikTok.

Tabla 10

Propuesta de tipografía en logo y publicaciones

TIPOGRAFÍA EN LOGOTIPO Y PUBLICACIONES	
	<i>Glacial indifference</i> ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz 1234567890;!/) (=
	Bold ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz 1234567890;!/) (=

Fuente: Elaboración propia, octubre 2024.

- **Estructura gráfica de las publicaciones:** Es la diagramación para publicar los videos en TikTok.

Figura 5

Simulación de estructura gráfica



Fuente: Elaboración Propia, octubre 2024.

Figura 6

Prueba real de estructura gráfica



Fuente: Elaboración Propia, octubre 2024.

6.6. Consideraciones

- Los encargados de generar contenido para la multiplataforma de Super Star Noticias en especial quienes desarrollaran el proyecto de “las 5 noticias del día” deben contar con los implementos tecnológicos y técnicos necesarios para concretar y garantizar la elaboración del material comunicativo.
- Es importante verificar la veracidad y relevancia de la información que se utilizará para el proyecto, ya que debe generar un impacto social y ser de interés colectivo, alternando noticias principalmente a nivel local seguido a nivel nacional y por último a nivel internacional.
- La persona encargada de redactar noticias debe ser un egresado exclusivamente de la carrera de Ciencias de la Comunicación porque debe poseer conocimientos previos sobre las partes de la noticia y haber desarrollado una redacción impecable, para así comunicar de forma correcta sobre los hechos más relevantes que acontecen en nuestro territorio.
- El Community manager debe verificar el producto audiovisual final para evitar los errores textuales y gráficos así no se perderá la credibilidad del medio de comunicación.

CONCLUSIONES

Primera.- La red social TikTok tiene un uso significativo como estrategia comunicativa en la multiplataforma de Super Star Noticias, debido a los cambios digitales que ocurrieron en el mundo y obliga a los medios de comunicación a innovar en las nuevas tendencias tecnológicas para lograr un acercamiento más directo con su público objetivo. Los medios de comunicación internacionales y nacionales utilizan la plataforma de TikTok como una estrategia comunicativa para interactuar con el público juvenil, es por ello que Super Star Noticias se modernizó y comenzó a generar opinión en esta red social que hoy en día es una de las más utilizadas.

Segunda.- La red social TikTok posee diversas características y herramientas que permiten medir el alcance del material audiovisual publicado y también interactuar de manera directa con los seguidores. La Community manager y los encargados de la plataforma de TikTok de Super Star Noticias reconocen estas herramientas como funcionales e importantes para lograr los objetivos, por eso las características de la red social TikTok constituyen una de las formas más usadas como estrategia comunicativa en la multiplataforma de Super Star Noticias.

Tercera.- Los colaboradores de Super Star Noticias tienen un nivel de conocimiento de la red social TikTok que se considera aceptable de acuerdo a la naturaleza de los contenidos que difunde el medio de comunicación mediante la plataforma de TikTok. Es importante que la Community manager y los encargados de la página de TikTok de Super Star Noticias se encuentren en constante actualización del aplicativo ya que la red social TikTok se encuentra constantemente en actualización, lo que implica que los encargados de la plataforma estén pendientes a los cambios.

RECOMENDACIONES

Primera.- Super Star Noticias debe promover la constante innovación en las diferentes plataformas digitales que permitirá la integración de nuevos usuarios y posicionamiento del medio de comunicación como un referente del Cusco, que contribuye a brindar información sobre los hechos más importantes y relevantes que acontecen principalmente a nivel local. De la misma manera implementar un plan para interactuar más seguido con los usuarios y tomarles importancia, así ellos se convierten en los “reporteros” de Super Star Noticias brindando información sobre hechos y sucesos de los cuales no se tiene conocimiento, y otorgándoles un grado de valor a cada seguidor.

Segunda.- Los encargados del TikTok de la multiplataforma de Super Star Noticias deben incorporar y explotar al máximo las herramientas que brinda la plataforma, entre ellas las transmisiones en vivo y en directo, lo cual permitirá la interacción más cercana y en tiempo real con sus usuarios, además interactuar más seguido con los seguidores para así obtener mucha más aceptación de las personas. De la misma manera, es recomendable no abusar del uso de la inteligencia artificial, específicamente para realizar cambios de voz, ya que se debe buscar autenticidad en el contenido de la empresa y familiarizar a los usuarios con una voz trabajada y bien modulada.

Tercera.- El medio de comunicación Super Star Noticias debe integrar en el plan de trabajo capacitaciones constantes para el personal que labora en la empresa, este espacio permitirá la constante actualización del conocimiento sobre las herramientas que brinda la plataforma de TikTok y también generar vínculos laborales y lluvia de ideas creativas que ayuden a mejorar las publicaciones.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, A. (2018). *Cambios educativos en los procesos de lectura digital: la pedagogía del ciberespacio como estrategia de procesamiento de contenidos en la era digital*.
https://scholar.google.com/citations?hl=es&user=ODVKnmwAAAAJ&utm_source=
- Arias, Y. (2012). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica 6a Edición. Venezuela, Episteme.
- Ballesteros, C. (2020). La propagación digital del coronavirus: Midiendo el engagement del entretenimiento en la red social emergente de Tik Tok. *Revista española de comunicación en salud*, 171.
http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1684-09332019000100012&script=sci_arttext
- Barreto & Loncone, P. & H. (2019). *Exposición a los medios de comunicación de masas y uso de redes sociales en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco-2018*.
https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/4348/253T20190392_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Berasategui, M. (2022). La importancia de las estrategias de comunicación en la actualidad.
https://es.linkedin.com/pulse/la-importancia-de-las-estrategias-comunicaci%C3%B3n-en-mayoz-berasategui?utm_source=
- Bermejo, E. (2021). *Impacto de la red social TikTok: Influencia como medio de comunicación desde el confinamiento por Covid-19*.
<https://idus.us.es/server/api/core/bitstreams/628f68cb-3ce9-4d5a-86bd-2e5b9c3d0044/content>

- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*.
- Bulchand, J. (2012). *Estrategias empresariales en redes sociales*.
https://jbulchand.com/wp-content/uploads/2012/09/estrategias-empresariales-en-redes-sociales-v02-Jacques-Bulchand-Sept-2012.pdf?utm_source=
- Campos, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales.
https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/1252?utm_source=
[e=](https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/1252?utm_source=)
- Celaya, J. (2008). La empresa en la web 2.0. *El impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en la estrategia empresarial*, 9.
- Chaffey, D. (2014). *Marketing digital: estrategia como implementación y práctica*.
https://www.marcialpons.es/libros/marketing-digital/9786073227476/?utm_source=
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción general a la administración* (7° edición ed.).
https://frq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15525/mod_resource/content/0/Chiavenato%20Idalberto.%20Introducci%C3%B3n%20a%20la%20teor%C3%ADa%20general%20de%20la%20Administraci%C3%B3n.pdf
- Constante, A. (2013). *Las redes sociales: una manera de pensar el mundo*.
https://www.researchgate.net/publication/299437575_Las_redes_sociales_una_manera_de_pensar_el_mundo?utm_source=
- Digital News Report. (2024). *Instituto Reuters para el estudio del periodismo*.
[https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2024/peru#:~:text=Per%C3%BA%20se%20mantiene%20entre%20los,para%20consumir%20noticias%20\(27%25\)](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2024/peru#:~:text=Per%C3%BA%20se%20mantiene%20entre%20los,para%20consumir%20noticias%20(27%25))

Fernández, L. (1995). *La comunicación interpersonal*.

https://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros_internet/55772.pdf?utm_source=

Fernández, R. (2023). Ranking mundial de redes sociales por número de usuarios.

<https://es.statista.com/estadisticas/600712/ranking-mundial-de-redes-sociales-por-numero-deusuarios/>

Gallegos, J. (2010). *Comunidades virtuales y redes sociales*.

<https://es.slideshare.net/slideshow/comunidades-virtuales-y-redes-sociales-22498512/2249>

Garrido, F. (2017). *Comunicación Estratégica: Un punto significativo para la creación del valor empresarial*.

https://www.researchgate.net/publication/31735796_Comunicacion_estrategica_FJ_Garrido_M

Global Web Index. (2019). Social Media Trends in 2019.

<https://www.gwi.com/reports/social-2019>

Gonzales, M. (2001). Diseño y evaluación de programas de educación emocional.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1264928>

González, R. (2020). *Estrategias de comunicación utilizadas por los estudiantes de Ciencias de la Salud de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco en la promoción de donación de sangre y órganos - 2018*.

https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/6312/253T20220026_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Guzmán, A. (2021). *Impacto de la red social Tik Tok como estrategia de marketing digital en la época de pandemia. Caso: Maria Pia Copello*.

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/29778/Guzman%20Merino%20Abraham%20Daniel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hernández, Fernandez & Baptista, R. C. & P. (2010). *Metodología de la investigación*.

https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez%2C%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf?utm_source

Kasper & Kellerman, G. & E. (1997). *Communication Strategies: Psycholinguistic and Sociolinguistic Perspectives*.

Lopez & Beltrán, O. & C. (2018). Estrategias de Marketing digital por medio de redes sociales en el contexto de las PYMES del Ecuador.

https://www.researchgate.net/publication/330376836_Estrategias_de_marketing_digital_por_medio_de_redes_sociales_en_el_contexto_de_las_PYMES_del_Ecuador

Luque, S. (2022). *TikTok: Una Plataforma Emergente Para Difundir Contenido En Torno A La Promoción De La Lectura*.

<https://tesis.pucp.edu.pe/server/api/core/bitstreams/3f13749f-88c6-45d2-96ff-09ab3f61ec59/content>

Moliné, M. (1999). *La comunicación activa: Publicidad sólida 3ª edición*. Madrid: Deutro S.A.

Moshing, M. (2021). *Diez estadísticas del Tik Tok que debes conocer en el 2021*.

<https://www.oberlo.com/es/blog/estadisticas-tiktok>

Ojeda & Grandío, M. & A. (2012). *Estrategia de comunicación en redes sociales: usuarios, aplicaciones y contenidos*.

https://www.amazon.com/-/es/Estrategias-comunicaci%C3%B3n-redes-sociales-aplicaciones/dp/8497846206?utm_source=

Orellana, R. (2019). *¿Qué hay tras el éxito de TikTok, uno de los fenómenos de redes sociales?* <https://es.digitaltrends.com/sociales/exito-tik-tok/>

- Paladines, F. (2012). *Gestión de comunicación de la marca en las redes sociales*. Retrieved 2012, from https://minerva.usc.es/xmlui/bitstream/handle/10347/7284/rep_374.pdf
- Pariser, E. (2017). *El filtro burbuja: Como la web decide lo que leemos y lo que pensamos*. Taurus.
- Peña, Herrera & Salazar, C. L. & J. (2016). Participación ciudadana a través de los medios de comunicación como legitimación de la democracia participativa en Colombia. <file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-ParticipacionCiudadanaATravesDeLosMediosDeComunica-5621428.pdf>
- Pintado & Sanchez, T. & J. (2012). *Nuevas tendencias en comunicación estratégica*. https://books.google.com.pe/books/about/Nuevas_tendencias_en_comunicaci%C3%B3n.html?id=qR906X2ZIpIC&redir_esc=y
- Ramirez, Canales & Dominguez, R. H. & D. (2015). Estrategia de comunicación para las revistas científicas del CENSA. https://www.redalyc.org/pdf/1814/181441052005.pdf?utm_source=
- Real Academia de la Lengua Española. (2020). *Estrategia*. <https://dle.rae.es/estrategia>
- Rivero, J. (2019). Internet, Smartphone y redes sociales: entre el uso y abuso, previo a la pandemia. https://www.redalyc.org/journal/4677/467774008001/html/?utm_source=
- Rodriguez, S. (2023). *El uso del TikTok como estrategia comunicativa para personal branding*. <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/10264/4/UPSE-TCO-2023-0066.pdf>
- Sabino, C. (2006). *El proceso de investigación*.
- Salazar, V. (2022). *TikTok, una estrategia de marketing digital en los negocios ambateños*. <https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/acb0a638-3d01-4178-8faf-b040b0ccbae3/content>

- Salo, N. (2006). *Estrategias de comunicación en el aula: el diálogo y la comunicación interactiva*.
https://books.google.com.pe/books/about/Estrategias_de_comunicaci%C3%B3n_en_el_aula.html?id=8yIIkMK21ZsC&redir_esc=y
- Shannon, C. (1920). A Mathematical Theory of Communication.
- Shannon, C. (1948). *A Mathematical Theory of Communication*.
- Shannon, C. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press.
- Shutsko, A. (2020). *User-Generated Short Video Content in Social Media. A Case Study of TikTok*.
https://www.researchgate.net/publication/342838904_User-Generated_Short_Video_Content_in_Social_Media_A_Case_Study_of_TikTok
- Tamayo, M. (2006). El proceso de la investigación científica 3ª edición. México, Limusa Noriega Editores.
- Tejada, Batista & Valderrama, M. D. & D. (2019). Las redes sociales como herramienta interactiva a nivel superior.
https://portal.amelica.org/ameli/journal/341/3413160004/movil/?utm_source=
- Tik Tok. (2020). *¿Como recomienda Tik Tok los videos en para ti?* Sala de prensa de TikTok.
<https://newsroom.tiktok.com/es-es/for-you-feed-spain>
- Tik Tok. (2024). *Cusco en Portada*.
https://www.tiktok.com/@cuscoenportada?_t=8mlloYRYsz8&_r=1
- Tik Tok. (2024). *Cusco Turístico*.
https://www.tiktok.com/@cuscoturistico?_t=8mlxH02tXS&_r=1
- Tik Tok. (2024). *Joel Jorddy Quispe*.
https://www.tiktok.com/@jorddynoticias2?_t=8mlq3lbg1u&_r=1

Tik Tok. (2024). *Juan Quispe Aguilar*.

https://www.tiktok.com/@profehistorico?_t=8mllld92JWBq&_r=1

Tik Tok. (2024). *Paola Gallegos*.

https://www.tiktok.com/@calligraphilic?_t=8mlllqiuUWD&_r=1

Tik Tok. (2024). *Yeni Llamocca*.

https://www.tiktok.com/@saqra_warmicha?_t=8mllrwUzui5&_r=1

Tobón, S. (2004). *Formación basada en competencias: Pensamiento complejo, diseño circular y didáctica*. Bogotá, Colombia : Ecoe.

<https://bibliotecadigital.uchile.cl/discovery/fulldisplay/alma991004905189703936/56>

UDC_INST:56UDC_INST

Torres, De Santis & Vintimilla, A. A. & D. (2021). TikTok más allá de la hipermedialidad.

https://books.scielo.org/id/47zrm/pdf/torres-9789978106815-04.pdf?utm_source=

Urdanivia & Gaspar. (2022). *Estrategias comunicativas del influencer Henry Spencer en la opinión pública de sus seguidores en TikTok entre abril y mayo del 2022*.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/110477/Garcia_UAA-Gaspar_CDG-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Villalobos, M. (2011). *Safe Social Media educational project at a glance*.

<https://es.slideshare.net/slideshow/safe-social-media-at-a-glance/13280266>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: Uso de la red social TikTok como estrategia comunicativa en la multiplataforma de Super Star Noticias Cusco - 2024.

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable Independiente: Red social TikTok	a. características	- contenido - alcance - reacciones - comentarios - compartidos - sonidos musicales	Diseño: No experimental-transversal Alcance: Descriptivo Método: Cualitativo Técnica: Observación y Entrevista Población: 245 vídeos publicados en el segundo trimestre del año 2024 de la red social TikTok en la multiplataforma de Super Star Noticias
PG: ¿De qué manera la red social TikTok es usada como estrategia comunicativa en la multiplataforma de Super Star Noticias Cusco-2024?	OG: Analizar el uso de la red social TikTok como estrategia comunicativa en la multiplataforma de Super Star Noticias Cusco-2024.	HG: La red social TikTok tiene un uso significativo como estrategia comunicativa en la multiplataforma de Super Star Noticias Cusco-2024.		b. nivel de conocimiento	- alto - medio - bajo	
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicos	Variable Dependiente: Estrategia Comunicativa	a. Formas de comunicación	- unidireccional - bidireccional - multidireccional	Muestra: 150 videos escogidos al azar mediante el muestreo probabilístico.
PE1: ¿Qué características se usan de la red social TikTok como estrategia comunicativa en la multiplataforma de Super Star Noticias Cusco-2024?	OE1: Identificar las características que usa la red social TikTok como estrategia comunicativa en la multiplataforma de Super Star Noticias Cusco-2024.	HE1: Las características de la red social TikTok constituyen una de las formas más usadas como estrategia comunicativa en la multiplataforma de Super Star Noticias Cusco-2024.		b. Mensaje comunicativo	- contenido - tono de voz - frecuencia	

<p>PE2: ¿Cuál es el nivel de conocimiento del personal que utiliza la red social TikTok como estrategia comunicativa en la multiplataforma de Super Star Noticias Cusco-2024?</p>	<p>OE2: Determinar el nivel de conocimiento del personal que utiliza la red social TikTok como estrategia comunicativa en la multiplataforma Super Star Noticias Cusco-2024.</p>	<p>HE2: El nivel de conocimiento del personal que utiliza la red social TikTok es relevante como estrategia comunicativa en la multiplataforma de Super Star Noticias Cusco-2024.</p>	<p>Variable Interviniente: Multiplataforma</p>	<p>a. Estructura empresarial</p> <p>b. Naturaleza</p> <p>c. Actividades</p>	<ul style="list-style-type: none"> - periodistas - community manager - administración - operación - gerencia - dirección - lucrativa - económica - productiva - informar - transmitir - formar opinión 	
--	---	--	---	---	--	--

ANEXO 2: GUÍA DE ENTREVISTA

Aplicada a los encargados de generar contenido en la red social TikTok de Super Star Noticias

¡Hola! Somos Mary Carmen y Marilyn, la presente entrevista tiene la finalidad de recolectar información sobre el Uso del TikTok como estrategia comunicativa en la multiplataforma de Super Star Noticias, los datos brindados serán totalmente de uso académico, lo más importante es tu honestidad y veracidad.

Gracias por tu colaboración.

Nº	Pregunta	Respuesta
1	¿Qué nivel de conocimiento crees que posees sobre la plataforma TikTok para lograr un gran alcance en tus videos?	
2	¿Qué determina el éxito para que los videos de TikTok de SSN sean virales?	
3	¿Cuáles son las principales estrategias comunicativas que usas para realizar los videos en TikTok?	
4	¿Qué nuevas estrategias comunicativas deberías emplear para lograr más aceptación y más viralidad en los videos?	
5	¿Consideras que la cuenta de TikTok de SSN utiliza las estrategias comunicativas adecuadas para posicionarse en su público objetivo y tener buena aceptación? ¿Por qué?	
6	¿Qué táctica has implementado para impulsar la participación de la comunidad de Super Star Noticias en la red social TikTok?	

7	¿Qué haces para mantenerte al día con las últimas tendencias de TikTok y aplicarlas a la multiplataforma de SSN?	
8	¿Qué herramientas utilizas a diario para la creación de tus videos?	
9	¿Cuáles son los retos más comunes que enfrentas para que tus videos tengan la aceptación del público?	
10	¿Qué métricas consideras importantes para analizar el rendimiento del contenido publicado en la plataforma de TikTok de Super Star Noticias?	

ANEXO 3: REGISTRO FOTOGRÁFICO



Fotografía 01: Entrevista con Jorge Antonio Pure Zuniga, director de Super Star Noticias



Fotografía 02: Entrevista con Reyna Eva Villafuerte Huisa, redactora de Super Star Noticias



Fotografía 03: Entrevista con Ruth Talia Cruz Mamani, Community manager de Super Star Noticias



Fotografía 04: Entrevista con Ruth Talia Cruz Mamani, Community manager de Super Star Noticias