

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS**

**CARRERA DE PERIODISMO**

**TESINA PARA OPTAR POR EL GRADO DE  
BACHILLERATO EN PERIODISMO**

**“ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DEL MEDIO DIGITAL  
NCRNOTICIAS EN LA PLATAFORMA DE TIKTOK,  
SEGÚN LAS PUBLICACIONES REALIZADAS DURANTE  
EL TERCER CUATRIMESTRE DEL 2022”**

**SUSTENTANTE:**

**NATALIA DE LOS ANGELES LÓPEZ QUIRÓS**

**TUTORA:**

**Lic. CAROLINA ACUÑA DURÁN**

**SEDE ARANJUEZ, SAN JOSÉ, MARZO, 2023**

## Contenido

<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	6
<b>DEDICATORIA</b> .....	8
<b>Resumen Ejecutivo</b> .....	9
<b>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN</b> .....	11
<b>Planteamiento del problema</b> .....	11
<b>Objetivos de la investigación.</b> .....	14
<b>Objetivo general:</b> .....	14
<b>Objetivos específicos:</b> .....	14
<b>Justificación:</b> .....	15
<b>Antecedentes</b> .....	17
<b>Proyecciones</b> .....	24
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</b> .....	27
<b>Razones por las que los medios informativos utilizan plataformas digitales para brindar información de interés a las personas</b> .....	27
<b>Comunicación</b> .....	27
<b>Tipos de comunicación</b> .....	28
<b>Periodismo</b> .....	28
<b>Clasificación del periodismo</b> .....	29
<b>Periodismo informativo</b> .....	30
<b>Herramientas digitales</b> .....	31
<b>Ventajas de las herramientas digitales</b> .....	32
<b>Estrategias que implementó el medio digital NCRNoticias para difundir la información</b> ...	33
<b>Estrategias</b> .....	33
<b>Estrategias de comunicación</b> .....	34
<b>Medios digitales</b> .....	35
<b>Tipos de medios digitales</b> .....	35
<b>Beneficios del medio informativo al usar la herramienta Tik Tok para emitir noticias a la población</b> .....	36
<b>Beneficios</b> .....	36
<b>Redes sociales</b> .....	37
<b>Ventajas de las redes sociales</b> .....	38
<b>Tik Tok</b> .....	39
<b>Noticias</b> .....	39

Tipos de noticias .....	40
Noticias nacionales .....	41
Noticias deportivas .....	42
Noticias de sucesos.....	43
Noticias de entretenimiento o farándula .....	43
Noticias políticas .....	44
<b>CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>46</b>
<b>Enfoque .....</b>	<b>46</b>
<b>Diseño .....</b>	<b>46</b>
<b>Entrevista .....</b>	<b>47</b>
<b>Sujetos de información.....</b>	<b>47</b>
<b>Población y muestra .....</b>	<b>47</b>
<b>Tamaño.....</b>	<b>48</b>
<b>Características de inclusión.....</b>	<b>49</b>
<b>Características de exclusión .....</b>	<b>49</b>
<b>Definición de las variables .....</b>	<b>49</b>
<b>Instrumentos de recolección de información .....</b>	<b>51</b>
<b>Recolección de información.....</b>	<b>52</b>
<b>Análisis de datos .....</b>	<b>52</b>
<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>54</b>
<b>Análisis de las publicaciones.....</b>	<b>54</b>
<b>Septiembre .....</b>	<b>54</b>
<b>Tabla n.º 1. Noticias publicadas durante el mes de septiembre 2022.....</b>	<b>54</b>
<b>Octubre.....</b>	<b>59</b>
<b>Tabla n.º 2. Noticias publicadas durante el mes de octubre 2022.....</b>	<b>59</b>
<b>Noviembre.....</b>	<b>67</b>
<b>Tabla n.º 3. Noticias publicadas durante el mes de noviembre 2022.....</b>	<b>67</b>
<b>Diciembre .....</b>	<b>74</b>
<b>Tabla n.º 4. Noticias publicadas durante el mes de diciembre 2022.....</b>	<b>75</b>
<b>Suma de las variables.....</b>	<b>80</b>
<b>Tabla n.º 5. Suma de las variables .....</b>	<b>81</b>
<b>Comentarios generales.....</b>	<b>82</b>
<b>Entrevista .....</b>	<b>83</b>

<b>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	85
<b>Conclusiones</b> .....	85
<b>Recomendaciones</b> .....	87
<b>LISTA DE REFERENCIAS</b> .....	89

## Lista de gráficos

<b>Gráficos de septiembre</b> .....	<b>56</b>
Gráfico No 1: Temas de las noticias .....	56
Gráfico No 2: Reacciones que tuvieron las noticias de Entretenimiento .....	57
Gráfico No 3: Reacciones que tuvieron las noticias de Deportes.....	58
Gráfico No 4: Reacciones que tuvieron las noticias de Sucesos .....	59
<b>Gráficos de octubre</b> .....	<b>62</b>
Gráfico No 5: Temas de las noticias .....	62
Gráfico No 6: Reacciones que tuvieron las noticias de Entretenimiento .....	63
Gráfico No 7: Reacciones que tuvieron las noticias de Deportes.....	64
Gráfico No 8: Reacciones que tuvieron las noticias de Educación .....	65
Gráfico No 9: Reacciones que tuvieron las noticias de Nacionales .....	66
Gráfico No 10: Reacciones que tuvieron las noticias de Sucesos .....	67
<b>Gráficos de noviembre</b> .....	<b>70</b>
Gráfico No 11: Temas de las noticias .....	70
Gráfico No 12: Reacciones que tuvieron las noticias de Sucesos .....	71
Gráfico No 13: Reacciones que tuvieron las noticias de Nacionales .....	72
Gráfico No 14: Reacciones que tuvieron las noticias de Entretenimiento .....	73
Gráfico No 15: Reacciones que tuvieron las noticias de Deportes.....	74
<b>Gráficos de diciembre</b> .....	<b>76</b>
Gráfico No 16: Temas de las noticias .....	76
Gráfico No 17: Reacciones que tuvieron las noticias de Entretenimiento .....	77
Gráfico No 18: Reacciones que tuvieron las noticias de Deportes.....	78
Gráfico No 19: Reacciones que tuvieron las noticias de Política.....	79
Gráfico No 20: Reacciones que tuvieron las noticias de Nacionales .....	80
<b>Suma de variables</b> .....	<b>81</b>
Gráfico No 21: Gráfico de los resultados .....	81

## **Resumen Ejecutivo**

A través de diferentes técnicas de la investigación se buscó obtener información de las publicaciones del medio digital NCRNoticias a través de la plataforma TikTok, donde se realizó un análisis de las 94 publicaciones que realizaron durante el tercer cuatrimestre del 2022. Este estudio abarcó un período a partir del 12 de septiembre al 23 de diciembre.

Para lograr el éxito de esta investigación se revisó cada una de las publicaciones, para conocer cómo fue la interacción del público, la cantidad de likes, comentarios, reenvíos, favoritos y las visualizaciones de cada nota, esto con el objetivo de determinar los temas que publicaron con mayor frecuencia, además, poder ver las reacciones e interacción del público con cada nota y qué noticias son las que más les llama la atención.

Este trabajo final está compuesto por 5 capítulos: En el primer capítulo está la base principal para la investigación, ya que se determina el planteamiento del problema, los objetivos de la investigación, la justificación, los antecedentes y las proyecciones, cabe mencionar, que estos permiten direccionar un rumbo y dar una idea de dónde se van a obtener los datos e información para el desarrollo del presente trabajo.

El segundo capítulo, corresponde al marco teórico, este lleva toda la teoría que sustenta el trabajo, rinda conceptos que se relacionan con la comunicación, el periodismo, las noticias, herramientas digitales, redes sociales, TikTok, los medios digitales, etc. Cada uno, cuenta con citas que respaldan los argumentos y brinda credibilidad a la investigación, por ello, en este capítulo será de gran ayuda para evacuar dudas sobre los temas que se tomarán en cuenta.

El tercer capítulo corresponde al marco metodológico. Para realizar una investigación es necesario que se defina el enfoque, el cual en este caso fue mixto, debido a que se utilizaron los métodos de investigación cualitativo y cuantitativo. Además, se establece el diseño, la entrevista, se determinaron los sujetos de información (población, muestra, tamaño, características de inclusión, características de exclusión, definición de las variables,

instrumentos de recolección de información, recolección de información y el análisis de datos.

En el cuarto capítulo, se podrán apreciar los resultados obtenidos a través de la recopilación de los instrumentos que fueron utilizados a partir del análisis sobre las publicaciones que realizó en medio digital NCRNoticias desde el 12 de septiembre al 23 de diciembre de 2022, segmentando por meses los resultados para facilitar su comprensión. Los resultados obtenidos son clave para este proyecto, ya que, determinan el crecimiento del medio en la red social y las noticias que atrapan al público de dicha plataforma.

El capítulo cinco es donde se encuentran las conclusiones obtenidas para este proyecto final de graduación, además, se establecen las recomendaciones. Este apartado sirve no solo para el medio NCRNoticias, sino también para la Universidad y los medios de comunicación que deseen a futuro incursionar en la plataforma digital TikTok.

La idea de esta investigación inició con identificar ¿cuáles eran las razones por las que los medios informativos como NCRNoticias utilizaban plataformas como TikTok para llegar al público?, pero con el avance de la investigación se descifra qué estrategias utiliza, qué noticias llaman más la atención de las personas que visitan dicha red social, y también se logran identificar beneficios que adquiere el medio por usar esta herramienta digital.

Esta investigación permite informar a las personas sobre cómo un medio digital que normalmente realiza publicaciones en redes tradicionales como Facebook e Instagram ha logrado tomar fuerza en una plataforma que empiezan a crecer a través de los años.

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

### Planteamiento del problema

En la actualidad, el mundo del internet y las redes sociales es muy amplio, debido a que con el pasar de los años las poblaciones ya son nativas digitales y nacen consumiendo toda clase de herramienta o plataforma digital. El internet posee muchos beneficios, ya que les permite a las personas enterarse de lo que sucede, y gracias a este recurso los periodistas pueden desarrollar su labor de diversas formas.

Las personas han empezado a consumir noticias de forma diferente. Como Tik Tok, que es una herramienta digital que ha ganado mucha notoriedad entre los usuarios y durante la pandemia COVID-19 se volvió popular, debido a que al permanecer más en casa con dispositivos electrónicos los usuarios empezaron a realizar contenido en las redes. Por ese motivo los medios de comunicación lo utilizaron como una estrategia para difundir noticias.

La Universidad Latina de Costa Rica (2020) indica que el significado de periodismo informativo se refiere a:

Dar a conocer la realidad a través de un lenguaje objetivo y directo; su principal característica es que la persona que redacta queda fuera de él o no de manera explícita. Como su nombre lo dice al ser informativo no permite opiniones ni mucho ejercer juicios de valor. (párr.8)

Ante dicho escenario, los medios como NCRNoticias no tuvieron otra alternativa más que adaptarse a las nuevas herramientas, por lo tanto, utilizaron Tik Tok como una plataforma informativa que ofrece mantener a la población enterada de lo que sucede.

Ahora bien, las redes sociales tienen un gran impacto en las personas y especialmente en los jóvenes, debido a que es el círculo que menos se interesa por el periodismo informativo, ya que, les puede parecer poco interesante y no les concierne lo que sucede a su alrededor.

De acuerdo con Llonch (2021) el concepto de redes sociales alude a:

Plataformas digitales que conectan entre sí a personas con intereses, actividades o relaciones en común (como amistad, parentesco o trabajo). Estas plataformas permiten el contacto entre los individuos que las componen y funcionan como un medio para intercambiar información. La información publicada por un usuario puede ser pública o privada. (párr.3)

Difundir información por redes suele ser lo que hoy en día tiene mayor efectividad, ya que, la mayor parte de la población cuentan con dispositivos electrónicos y permanecen la mayor parte del día con uno. Para los medios es importante que al elaborar una noticia esta llegue a todos, es por ello, que cada población visualiza y utiliza un medio diferente, para los adultos es tradicional enterarse de las noticias por periódicos, por otro lado, los jóvenes lo hacen por redes sociales o plataformas digitales.

Los dispositivos o aparatos electrónicos como teléfonos, tabletas, relojes o asistentes inteligentes son utilizados diariamente, ya que, les permite a las personas mantenerse comunicados entre sí, también son la llave y el camino hacia la comunicación, debido a que los periodistas pueden utilizarlos para brindar la información deseada.

De acuerdo con Alegsa (2019) el significado de un dispositivo electrónico es:

Es un componente que permite controlar el flujo de corrientes eléctricas con el fin de procesar la información y controlar el sistema. Algunos ejemplos destacados son los transistores y los diodos. Los dispositivos electrónicos suelen ser pequeños y pueden agruparse en paquetes llamados circuitos integrados. Esta miniaturización es fundamental para el auge de la electrónica moderna. (párr.8)

El periodismo debe implementar estrategias para que el contenido no les parezca aburrido, utilizar lo que sea más conveniente y que resulte importante e interesante para los

demás. Así que, los medios deben tener presente que lo importante de difundir noticias es que lleguen al receptor, por ello deben actualizarse con lo nuevo y que utilice la población.

Es una estrategia que se puede utilizar para crear contenido adaptado a la noticia, pero que sea diferente a lo que se publica en las redes más tradicionales como Facebook o Instagram, lo ideal de esta plataforma es que implementa nuevas opciones como el uso de transiciones y *hashtags* para que se vuelvan virales en la red.

Según Westreicher (2020) “La estrategia es un procedimiento dispuesto para la toma de decisiones y/o para accionar frente a un determinado escenario. Esto, buscando alcanzar uno o varios objetivos previamente definidos” (párr.1)

Ante una población que ha crecido y consume más internet con sus diferentes dispositivos electrónicos, se puede determinar que permanecen más en redes sociales porque lo tradicional les parece aburrido, por ende, buscan nuevas opciones para mantenerse informados.

Ahora bien, se puede determinar que si los medios de comunicación no implementan nuevas estrategias y usan a su favor herramientas como Tik Tok para brindar información se puede volver poco interesante, en especial para los jóvenes que es la población que usa con mayor frecuencia las nuevas aplicaciones interactivas.

De acuerdo con lo anterior, se hace la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo ha evolucionado el medio digital NCRNoticias en la plataforma de TikTok, según las publicaciones realizadas durante el tercer cuatrimestre del 2022?

**Objetivos de la investigación.****Objetivo general:**

- Analizar la evolución del medio digital NCRNoticias en la plataforma de TikTok, según las publicaciones realizadas durante el tercer cuatrimestre del 2022.

**Objetivos específicos:**

- Identificar las razones por la que los medios informativos como NCR Noticias utilizan plataformas digitales como TikTok, para brindar información de interés a las personas.
- Explicar las estrategias que utilizó el medio digital NCRNoticias para difundir la información, mediante videos cortos y constancia en sus publicaciones.
- Mostrar los beneficios que obtiene el medio informativo al usar la plataforma digital TikTok para emitir noticias a la población, con una mayor facilidad de transmisión y popularidad en las redes.

**Justificación:**

Esta tesina pretende investigar cómo el periodismo informativo se ha adaptado a las nuevas plataformas, además, como los medios de comunicación están utilizando la tecnología como una opción para atraer a las personas y poder brindar la información de una forma más interactiva, utilizando el ejemplo del medio NCRNoticias.

Las plataformas digitales han facilitado la comunicación entre las personas, debido a que cuentan con nuevas opciones más eficaces para captar y retener la atención, por eso, hoy en día compartir y difundir información suele ser efectivo e inmediato. Los medios de comunicación a través de los últimos años han implementado estrategias para llamar la atención de las personas, por ese motivo las redes se han empleado a innovar y utilizan opciones en las cuales la información lleve al receptor con mayor facilidad.

Al respecto Giraldo (2019) señala que “Las plataformas digitales o plataformas virtuales, son espacios en Internet que permiten la ejecución de diversas aplicaciones o programas en un mismo lugar para satisfacer distintas necesidades” (párr.4)

El surgimiento de las plataformas digitales las convierte en una herramienta para la reorientación de la comunicación en cuanto a sus emisores y receptores refiere, lo que amerita un abordaje objetivo para su interpretación y comprensión dentro de los círculos académicos de las ciencias de la comunicación, y, en consecuencia, del periodismo.

La red social Tik Tok ha tenido gran evolución en los últimos dos años, lo cual hace que la herramienta funcione como medio de difusión para los medios de comunicación, en un inicio se utilizaba solo para crear contenido de entretenimiento, pero actualmente muchos medios la utilizan para difundir información que sea de interés para las personas, ya que, se pueden observar medios informativos, farándula o deportivos.

ROS (2020) menciona que: “TikTok es una aplicación que permite crear y compartir vídeos cortos: de 3 a 15 segundos o de 30 a 60 segundos. La creó la empresa china ByteDance en 2016” (parr.2)

Los medios de comunicación en Costa Rica empiezan adaptarse a las nuevas plataformas como Tik Tok, por su creciente popularidad, es por ello, que lo utilizan como una estrategia de difusión, ya que, pueden crear contenido informativo constante y con los *hashtags* se vuelve contenido viral que adquieren muchas visualizaciones.

Según Peiró (2019) los medios de comunicación son: “Los canales e instrumentos para informar y comunicar a la sociedad actual acerca de hechos o acontecimientos que suceden” (párr.1)

Es importante mencionar que algunas de las razones por las cuales los medios de comunicación se adaptaron a plataformas como Tik Tok, se debe a que buscan innovarse para brindar información a las personas que utilizan esta herramienta que durante los últimos años ha tomado mucha fuerza en el mundo y actualmente, es popular en el ámbito nacional.

Algunos de los beneficios para los medios, es que pueden dar información en un video corto, lo que hace que el receptor pueda enterarse de la información de forma rápida, además, las redes brindan inmediatez, debido a que las personas pasan navegando en el internet.

Según Figueiras (2022) el internet es la red que conecta e interrelaciona dispositivos electrónicos y redes de computadoras entre sí, de todo el mundo. Su nombre proviene del inglés International Network que significa “Red Internacional” y el acrónimo de esas palabras dio origen al nombre Internet. (párr.2)

Cada medio informativo utiliza una estrategia diferente, sin embargo, todos suelen buscar lo que tenga mayor impacto en la sociedad, por ello, las plataformas más populares serán la opción ideal. En cuanto a qué estrategias se utilizan, se puede mencionar que hacer publicaciones constantes y con videos cortos.

Con la presente investigación se dará a conocer las razones por las que el periodismo informativo buscaría usar nuevas opciones para informar a la población. Cabe mencionar que

la plataforma utilizada ha tomado fuerza y popularidad en los últimos años, por ello, son muchos los medios y periodistas que empezaron a implementarla alrededor del mundo.

### **Antecedentes**

A continuación, se mencionan algunas investigaciones realizadas anteriormente, relacionadas con la implementación de las plataformas digitales en el periodismo informativo, las cuales aportarán datos de apoyo para el presente estudio.

En primer término, está la investigación titulada *Migración, adaptación y estado actual del periodismo literario multimedia en Costa Rica*, de Cristina Mora Jiliuta (2017) y desarrollada en la Universidad de Costa Rica.

En esa investigación surge como principal objetivo analizar el modo en el que se ha estado adaptando el periodismo literario a los distintos lenguajes multimedia en Costa Rica, ya sea a través de la migración del papel a la pantalla o de la conceptualización y el comportamiento del periodismo literario que nace directamente en internet, sin haber estado nunca impreso. Además, se pretende también comprender el periodismo literario multimedia costarricense actual y de este modo enriquecer el trabajo de historiadores interesados en el desarrollo del periodismo en el país y de los mismos periodistas literarios.

Se utilizó una metodología cualitativa en la que se implementaron dos instrumentos principales: entrevistas a profundidad a dos editores o jefes de información de cada uno de los tres medios analizados y un análisis documental de textos publicados en cada uno de los tres medios que se seleccionaron.

Se concluyó que, con la proliferación de los nativos digitales y los soportes de información gratuita, los impresos tradicionales están reduciendo páginas y personal y dejaron de tener cabida para las grandes historias. Por lo tanto, el periodismo literario tiende a quedar en el exilio del papel. Los medios costarricenses que aún apuestan por este contenido lo tienden a marginar pues porcentualmente, comparado con las notas informativas del día a

día; son minoría y tienen presencia por lo general en suplementos de fin de semana o revistas especializadas.

Este estudio es significativo para la presente investigación debido a que se relaciona con el tema, porque menciona lo necesario para implementar nuevas estrategias para ofrecer contenido informativo, ya que, migrar a las herramientas digitales brinda mayor facilidad de alcance para las personas, esto se debe a que el uso del internet es habitual y constantes en la mayor parte de la población.

Otra investigación consultada es la titulada *Análisis sobre la migración de los medios impresos a los medios informativos digitales del Grupo Nación, en hombres y mujeres de 20 a 34 años del 2012 hasta el 2018 y Propuesta de Comunicación y Mercadeo para lanzamiento de un Medio Periodístico Digital en San José para el II semestre del 2021*, elaborada Dazyani Alexandra Loría Saborío y Nelson Alberto Rojas Chacón (2020) y desarrollada en la Universidad Latina, Costa Rica.

Sus objetivos principales tratan sobre identificar las razones de migración de los medios impresos a los medios digitales de Grupo Nación en hombres y mujeres de 20 a 34 años en San José desde el 2012 hasta el 2017 y realizar un análisis comparativo de los medios informativos digitales versus los medios impresos.

Se utilizó una metodología de enfoque cualitativo, cuantitativo o mixto, los tres enfoques pretenden resolver problemas por medio de la recolección de datos que permitan generar conocimiento en el campo científico, por ello se realizó una encuesta la cual fue aplicada a una muestra 384 personas, todas comprendidas en un rango de edad entre 20 a 34 años, identificados como *millennials*, quienes habitan en la provincia de San José, se trata de personas que agrupan un alto porcentaje de población costarricense.

Se llegó a la conclusión de que, hoy en día, los medios impresos deben implementar la parte digital, ya que, con solo un clic puede enterarse de forma inmediata de las noticias,

en cualquier lugar, con solo tocar una pantalla inteligente, ya sea en un teléfono inteligente, tableta, ordenador e incluso un televisor inteligente, puede acceder a la información.

Este trabajo hace referencia al tema de investigación debido a que menciona la facilidad de informarse por medio de las plataformas digitales, además, cómo las noticias pueden llegar de forma rápida e inmediata, debido a que la mayor parte de la población cuenta con un dispositivo electrónico.

Por otra parte, se consultó también la investigación realizada por Djenane Villanueva Monge (2018), titulada *Análisis sobre los cambios digitales y el declive de la prensa papel en Europa y su influencia en la configuración de negocios basados en nuevos hábitos de consumo de noticias: el caso España* y desarrollada en la Universidad Nacional, Costa Rica.

Sus principales objetivos consisten en determinar la relación del declive de la prensa de papel con los nuevos hábitos de consumo de noticias y con las alianzas de los medios de comunicación, a partir de una nueva dinámica basada en plataformas informativas digitales en Europa entre los años 2007-2017 y examinar las acciones de la Unión Europea que regulan el uso de los servicios digitales y su incidencia en el desarrollo de un mercado digital único en sus países miembros.

Esta investigación contiene una metodología cualitativa, en la que se buscó y se recopiló información sobre las alianzas de medios de información escritos en Europa, en específico el caso de España y las fórmulas planteadas para enfrentar los cambios en la prensa papel. También se analizaron documentos y datos sobre las nuevas dinámicas de la prensa marcada por la tecnología, Internet y la influencia de plataformas informativas digitales.

En ese estudio se concluye que el internet ha generado un nuevo panorama en los medios de comunicación y que el declive se ven presentados en la prensa papel y desencadenado en la era digital, que sobrevienen sin pausa, imponen ajustes en la marcha, lo que a su vez obliga a explorar y a probar negocios basados en nuevos hábitos de consumo.

Se elige este estudio de investigación debido a que menciona como el periodismo tradicional (periódicos) es poco utilizado en la actualidad, por ello, los medios deben utilizar nuevos hábitos, es decir, que el internet se ha incorporado para la creación de herramientas digitales que han surgido con el pasar de los años.

Se toma como otro antecedente el trabajo de investigación titulado *Formulación de una propuesta de negocio para el lanzamiento de una producción de podcast independiente de contenido periodístico inactual en Costa Rica*, realizado por Darío Chinchilla Ugalde (2018) y desarrollado en la Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica.

En ese estudio, sus objetivos principales consisten en diseñar una propuesta de negocio para el lanzamiento de una producción de podcast independiente de contenido periodístico inactual en Costa Rica con el fin de generar una opción de diversificación de medios de comunicación independiente de bajo presupuesto en el país.

Su metodología se basó en la utilización de un enfoque de investigación mixto: cuantitativo para el objetivo relacionado con la caracterización de un potencial público meta de podcasts en el país, y cualitativo para indagar sobre los retos del emprendimiento de su tipo en el país.

Durante la investigación se concluye que, la utilización de un teléfono es el principal dispositivo de acceso a internet y que la mayoría de las personas poseen uno, por eso, la implementación de herramientas como Spotify son fundamentales para la creación de los podcasts.

Este antecedente tiene relación con el tema de investigación debido a que el contenido periodístico se puede divulgar por diversos medios, en este caso se realizaría por medio de podcast, los cuales están tomando popularidad en la comunicación. Lo importante es tener presente que para difundir información a la población se deben utilizar nuevas estrategias.

Así mismo se ha tomado como referencia el trabajo de investigación desarrollado por Paula Sánchez Santos (2022), titulado *El uso de TikTok por parte de los medios de comunicación españoles*, desarrollado en la Universidad Francisco de Vitoria, España.

Los principales objetivos de investigación consisten en descubrir si los medios de comunicación están usando “correctamente” TikTok, es decir sacándole rentabilidad, qué tipo de contenido de los medios es el que está teniendo resultados positivos en TikTok y por ende sirve de modelo para el resto y descubrir si hay beneficios o desventajas para los medios de comunicación españoles por el solo hecho de estar presente en una red como TikTok y cuáles son.

En cuanto a la metodología elegida fue desarrollada en dos partes. Se llevó a cabo un análisis cualitativo y cuantitativo de las cuentas de los medios de comunicación generalistas españoles en TikTok, para realizar una comparación entre ellas, después se elaboraron tablas y gráficos a partir de los datos obtenidos del análisis con ayuda de Excel.

Se concluye que, la presencia de los medios de comunicación en TikTok aportan beneficios y ninguna desventaja, ya que, todos cuentan con un buen número de seguidores y su contenido tiene muchas reproducciones, “me gusta” y comentarios, incluso la cuenta de Antena 3 que no está muy activa registra buenos datos. Por lo tanto, consiguen generar repercusión en la red social, llegando así a más personas y ampliando su audiencia.

Se incluye este estudio debido a que tiene relación con el tema de investigación, ya que menciona que la plataforma Tik Tok es más rentable para difundir información y cómo los medios han empezado adaptarse a las nuevas plataformas para utilizarla como una herramienta de trabajo en el periodismo.

Por otro lado, la investigación titulada *Periodismo en TikTok: estudio de casos de los medios de comunicación españoles*, fue realizada por Andrea Expósito Tejón y Noelia Gobierno Muñoz de Bustillo (2021), desarrollada en la Universidad de la Laguna, España. Sus objetivos principales es investigar de qué manera adaptan los contenidos los medios de

comunicación españoles que tienen una cuenta en TikTok y descubrir qué les frena a aquellos medios que no están en la plataforma.

Se utilizó una metodología que combina técnicas cualitativas y cuantitativas: la triangulación metodológica. Esta consiste en combinar ambos métodos al mismo tiempo mediante una medición de un mismo análisis. Dichos métodos son complementarios y combinarlos permite utilizar los puntos fuertes y paliar las limitaciones o debilidades de cada uno de ellos, cruzar datos y observar si se llega a las mismas conclusiones.

Se puede concluir que, la plataforma TikTok brinda la posibilidad de ampliar el alcance de difusión y conectar con una audiencia que manifiesta escaso interés por los contenidos que publican los medios de comunicación tradicionales en otro tipo de canales.

Se elige este estudio como parte de los antecedentes, debido a que tiene relación con el tema de investigación, ya que, menciona como Tik Tok ha tenido un crecimiento en el periodismo y cómo los medios de comunicación se empiezan adaptar a un nuevo paradigma en el que las plataformas digitales tienen gran importancia y popularidad, esta opción ofrece crear un periodismo diferente sin olvidar sus estrategias al crear la información.

Por su parte se tomó como antecedente el trabajo titulado *TikTok como herramienta para el periodismo alternativo: caso de estudio Ac2ality en español* elaborado por Cristiane Guerrero Marques Das Neves y Romina Lizbeth Castro Maridueña (2022) y desarrollado en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador.

Sus objetivos principales consisten analizar los rasgos del periodismo alternativo que caracterizan a la cuenta de noticias Ac2ality en español en TikTok, sistematizar los principales fundamentos teóricos relacionados con el periodismo alternativo digital, los sitios de redes sociales y las nuevas narrativas audiovisuales y describir el contexto en que se desarrolla la cuenta de noticias Ac2ality en español.

Se implementó una metodología con un enfoque cualitativo el cual se utilizará para identificar cómo los usuarios reaccionan en función del contenido periodístico en TikTok. Además, permitirá medir el alcance del contenido que tiene este medio en su red social. Para esto se deben definir algunas variables como: likes, alcance, veces que se ha compartido la publicación, comentarios, contenido y los recursos audiovisuales utilizados.

Esta investigación tiene como conclusión que el periodismo alternativo digital, los sitios de redes sociales y las nuevas narrativas audiovisuales evidencian la importancia del creciente uso de los espacios digitales. Además, que los medios presenten su contenido de una forma diferente en el que implementan emojis, stickers, memes, imágenes, entre otros recursos que los vuelvan dinámicos.

Por ende, se relaciona al presente tema debido a que explica de qué forma el periodismo digital debe utilizar un contenido diferente, en el cual busque un contenido dinámico y que sea de interés para la población; además, menciona que los medios deben buscar independencia y adaptarse a las nuevas plataformas.

Así mismo se tomó como antecedente el trabajo de investigación titulado *Información y redes sociales: análisis de los contenidos informativos de las televisiones españolas en TikTok*, elaborada por Raquel Romero Vivancos (2021) y desarrollado en la Universidad de Valladolid, España.

Sus objetivos consisten en analizar la presencia de medios de comunicación en la red social TikTok en España mediante los perfiles televisivos dedicados al sector informativo de RTVE, Antena 3, Telecinco en comparación con el medio estadounidense The Washington Post.

Cabe destacar que la metodología utilizada fue cualitativa y cuantitativa debido a que se decidió diseñar el análisis de contenido para alcanzar los objetivos propuestos en esta investigación y confirmar o refutar las hipótesis planteadas. Ya que, el objeto de estudio de

serán las publicaciones realizadas en la red social TikTok por las cuentas dedicadas a la sección informativa de diferentes medios televisivos españoles.

Se concluye que el uso es beneficioso para el desarrollo de un periodismo eficaz que llame la atención de los jóvenes, puesto que estos ocupan la mayor parte del total de consumidores de redes sociales y en especial de TikTok. Por ese motivo, el nuevo periodismo debe implementar estrategias comunicacionales.

Este estudio es significativo para la presente investigación debido a que se menciona la manera en la que el periodismo, por medio de esta plataforma, puede llamar la atención en los jóvenes y que puede resultar de gran ayuda para las personas que no les gusta lo tradicional; además, es ideal para las personas que pasa navegando por internet.

### **Proyecciones**

Con la investigación de este trabajo se espera mostrar a la población cómo los medios de comunicación, como por ejemplo NCR Noticias, están aprovechando nuevas herramientas para la difusión de información, con el objetivo llegar a muchas personas por medio de las redes sociales.

Se estima que los medios pueden crecer en la plataforma Tik Tok y que continúen usando nuevas estrategias para su crecimiento, además, se quiere dar a conocer cómo los medios de comunicación siguen usando las herramientas que cuentan con mayor popularidad.

Cabe mencionar, que gracias a esta investigación otros medios y periodistas podrán conocer el crecimiento que NCRNoticias ha tenido desde que utiliza Tik Tok, cómo incrementan sus seguidores, sus visualizaciones, entre otras características de este medio.

Otro dato importante es darle a conocer a las personas los beneficios que se obtienen, debido a que el medio adquiere popularidad y puede seguir dando información por esta red

social, es importante tener presente que el mundo del internet posee muchos beneficios que se pueden aprovechar.

Las razones por las cuales este tema tiene relevancia e importancia para las personas, es porque podrán conocer cómo pueden mantenerse informados por medio del celular y las herramientas que utilizan a diario.

Este proyecto tiene como objetivo dar un ejemplo de la forma en que los medios y periodistas se adaptan a las nuevas opciones digitales. Con ello, se quiere impulsar a otros medios para que implementen nuevas ideas que serán de gran beneficio para las personas, ya que, la labor de un periodista es informar y, hacerlo a la población en general. Los jóvenes son el círculo que menos se interesa por ver noticias, pero sí navegan en internet la mayor parte del día.

Se espera que este proyecto sea de interés para otras personas y que los medios continúen creciendo e implementando nuevas opciones. En la actualidad, muchas personas cuentan con la red social TikTok, la cual es para muchos una plataforma de entretenimiento porque así fue utilizada años atrás; sin embargo, se puede observar cómo ha cambiado al punto de vista, ya que está siendo utilizada para crear contenido informativo, deportivo o de entretenimiento.

El tema de investigación fue propuesto porque se quería dar a conocer cómo se han innovado las herramientas digitales y, sobre todo, de qué forma continúan surgiendo a través de los años. El mundo del internet suele ser muy amplio, lo cual hace que tenga grandes beneficios para todos.

También, se espera que Tik Tok continúe creciendo y que se implementen nuevas actualizaciones para que se puedan ser utilizadas en el nuevo periodismo que ha surgido, y que tomará más fuerza con el paso de los años, ya que, muchos medios lo están utilizando.

El nuevo periodismo digital consiste en implementar estrategias de crecimiento y constancia, lo cual hace que el medio que lo utiliza obtenga popularidad, este medio tiene

posibilidades de seguir construyendo cosas nuevas, debido a que busca opciones para mantenerse activo.

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

### **Razones por las que los medios informativos utilizan plataformas digitales para brindar información de interés a las personas**

#### **Comunicación**

En la actualidad, la comunicación es fundamental debido a que, gracias a ella, los periodistas pueden desarrollar su labor. Comunicar es dar a conocer algo que llegará a otras personas, en donde existe una persona que difunde la información en este caso el periodista y otras que lo reciben, lo cual significa que llegará un mensaje a la población y será de gran interés para todos.

Al respecto, Peiró (2021) menciona que: “La comunicación es el intercambio de información que se produce entre dos o más individuos con el objetivo de aportar información y recibirla. En este proceso intervienen un emisor y un receptor, además del mensaje que se pone de manifiesto” (párr.1)

De acuerdo con Thompson (s.f.) el significado de la comunicación es:

En términos generales, la comunicación es un medio de conexión o de unión que tenemos las personas para transmitir o intercambiar mensajes. Es decir, que cada vez que nos comunicamos con nuestros familiares, amigos, compañeros de trabajo, socios, clientes, etc., lo que hacemos es establecer una conexión con ellos con el fin de dar, recibir o intercambiar ideas, información o algún significado. (párr.1)

A pesar de que existen dos definiciones de comunicación, para esta investigación se utilizará la de Peiró (2021), en la cual se menciona que su objetivo principal es aportar información, lo cual se ejecuta por medio del emisor que transmite el mensaje y el receptor que recibe la información.

## **Tipos de comunicación**

La comunicación cuenta con diversos tipos, por ello, cada individuo lo hace de forma diferente, en algunos casos lo pueden desarrollar con dos personas, entre varios sujetos o que una persona brinde información a toda una población, como es el caso de los periodistas.

De acuerdo con Peiró (2020), “Los tipos de comunicación son las diferentes formas que tenemos de transmitir un mensaje. Estos tipos forman tienen que ver con el modo de comunicarnos, los diferentes ámbitos o situaciones, entre otro tipo de parámetros” (párr.1)

Al respecto, Morales (2019) detalla que: “Se pueden mencionar diferentes tipos de comunicación según la información que se comparte, el número de participantes, los canales empleados, si ocurre de manera personal o a distancia, entre otros” (párr.20)

Anteriormente, se mencionan dos conceptos de los tipos de periodismo, sin embargo, para la presente investigación se utilizará la de Peiró (2020), en la que se señala que los tipos de tipos de comunicación pueden variar según la forma que se quiere comunicar o transmitir un mensaje.

## **Periodismo**

Durante los últimos años el periodismo ha implementado varias estrategias para seguir difundiendo información a toda la población. Gracias a los grandes avances de la tecnología y la creación de nuevas plataformas se ha logrado llegar a muchas personas. El periodismo tiene como objetivo investigar y comunicar a la comunidad los acontecimientos y noticias importantes del día a día.

En este sentido, Pérez y Merino (2021) mencionan que:

Periodismo es un concepto que se basa en la recopilación y análisis (ya sea de modo escrito, oral, visual o gráfico) de la información, en cualquiera de sus formas,

presentaciones y variedades. La noción también describe a la formación académica y a la carrera propia de quien desea convertirse en periodista (párr.1)

Según Martínez (2022) su significado indica que:

El periodismo es una profesión que se dedica a la recolección de datos, su procesamiento, análisis, enfoque y síntesis de esta, sobre algún acontecimiento o información en general. El profesional que ejerce esta labor debe hacerlo desde una posición objetiva sin polarizarse por alguna de las partes involucradas en el suceso noticioso. Estas informaciones podrán ser difundidas a través de los distintos medios de comunicación, como la televisión, la radio, la prensa y los medios digitales (párr.1)

A pesar de tener dos definiciones se utilizará la de Martínez (2022) en la cual menciona que el periodismo tiene como objetivo investigar y recolectar datos que contienen información de gran importancia e interés para el público, además, esas noticias son difundidas por diversos medios de comunicación.

### **Clasificación del periodismo**

Con el paso de los años han surgido diferentes tipos de periodismo, algunos de ellos existen hace mucho tiempo atrás y en otros casos se han implementado nuevas opciones, por ese motivo, se puede hacer una comparación entre el periodismo antiguo con el innovador. Cabe mencionar, que todos tienen el objetivo de informar a la población y dar a conocer los hechos más importantes.

De acuerdo con la Universidad Latina de Costa Rica (2020) la clasificación de periodismo consiste en:

Esta rama de las ciencias de la comunicación puede ser clasificado según su género ya sea informativo, de opinión e interpretativo, en ellos se encuentran: artículos de opinión, entrevistas, semblanzas, crónica, reportaje, etc. Según el tipo de información, es decir el tema a tratar el cual puede ser: política, sucesos, economía, deportes,

cultura, entre otros o también de acuerdo con el medio de información: por ejemplo, fotográfico, digital, periódico, radiofónico, televisivo, etc. (párr.7)

Según Rodríguez (2022) menciona que: “Los tipos de periodismo son muy variados y se han desarrollado a partir del surgimiento de nuevos intereses en la sociedad, así como el avance de la tecnología y cambios sociales” (párr.1)

Al respecto, existen dos significados relacionados al tema de investigación y se tomará en cuenta a la Universidad Latina de Costa Rica (2020) que menciona la clasificación del periodismo, además, detalla cada una de las ramas que se utilizan en el periodismo.

### **Periodismo informativo**

El periodismo informativo tiene como principal objetivo informar a las personas, es decir, difundir los datos y acontecimientos más relevantes, sin embargo, este puede ofrecer información sobre muchos temas, los cuales llegan a todo su público. Es importante mencionar, que este periodismo busca que la población pueda enterarse de lo que sucede en todo ámbito.

Según la Universidad Latina de Costa Rica (2020) el concepto del periodismo informativo es:

Dar a conocer la realidad a través de un lenguaje objetivo y directo; su principal característica es que la persona que redacta queda fuera de él o no de manera explícita. Como su nombre lo dice al ser informativo no permite opiniones ni mucho ejercer juicios de valor. (párr.8)

De acuerdo con Martínez (2022) el concepto de periodismo informativo hacer referencia a que:

Se enfoca más en la narración de los hechos que en las ideas. Su objetivo principal es el de informar. Un ejemplo son las noticias del resultado oficial de elecciones

presidenciales, algún siniestro, la entrada en vigor de una ley, la entrevista a algún involucrado en un suceso. (párr.11)

Anteriormente, se establecen dos conceptos y para esta investigación se tomará en cuenta la de Martínez (2022) en la cual se da a conocer que informar y narrar acontecimientos importantes es el objetivo principal del periodismo informativo.

### **Herramientas digitales**

Las herramientas digitales son medios que sirven para la realización de diversos trabajos, los cuales permitirán desarrollar diferentes tareas, en el caso de las redes sociales funcionan para difundir información o la creación de contenido. Además, permiten mantener una interacción y comunicación con las demás personas, por eso, sus creadores siguen implementando nuevas opciones y actualizaciones.

Al respecto, Cuevas (2020) detalla que:

Las herramientas digitales son programas que son utilizadas diariamente por las personas, aprovechando el conocimiento y las destrezas que te permita facilitar distintos procesos (profesionales o de la vida diaria) de manera óptima y eficaz. Estas herramientas digitales pueden ser sincronizadas en diversos equipos al mismo tiempo, pudiendo presentarse en diversas formas y dimensiones, disponibles tanto para dispositivos móviles o para ordenadores personales con los distintos sistemas operativos existentes en el mercado (párr.2)

De acuerdo con White (2022) menciona que:

Las herramientas digitales son todos aquellos softwares o programas intangibles que se encuentran en las computadoras o dispositivos, donde le damos uso y realizamos todo tipo de actividades, su característica es la ubicuidad que ayuda a acceder a información, a trabajar en la red y a comunicarse (párr.3)

A pesar de que se cuentan con dos definiciones para la presente investigación se contará con la de Cuevas (2020), en la cual se detalla que las herramientas digitales son encontradas en los dispositivos electrónicos, además, las personas suelen utilizarlas con mucha frecuencia durante la mayor del día.

### **Ventajas de las herramientas digitales**

Actualmente, las herramientas digitales han permitido que se brinden temas de interés, esto se debe a que la mayoría de las personas navegan la mayor parte del día en las redes sociales y por ello, los medios lo utilizan como estrategia para la difusión de datos. Durante los últimos años, lo digital adquirió fuerza debido a que las nuevas generaciones lo utilizan como método de comunicación.

De acuerdo con White (2022) las herramientas digitales poseen muchas ventajas debido a que:

Son un gran medio de comunicación, facilitan las presentaciones de los trabajos, el envío inmediato de información y un lugar donde se puedan reflejar los pensamientos, ideas o reflexiones. Gracias a estas herramientas se ahorra tiempo y te permite una mejor organización de los trabajos y tareas a desarrollar (párr.7)

Según Avantel (2020) mencionan que:

Estas herramientas digitales se basan en la creatividad e innovación, por lo que dan vida a cosas novedosas. La gran mayoría de estas herramientas provienen de individuos nacidos en la era digital, los conocidos como nativos digitales. El uso inteligente de las herramientas digitales supone mayor eficacia, eficiencia y productividad en el desempeño de las actividades cotidianas (párr.2)

Se mencionan dos explicaciones sobre las ventajas de las herramientas digitales, sin embargo, se tomará en cuenta la de Avantel (2020), en la cual se detallan sus beneficios y los aportes que pueden ofrecer, ya que, pueden brindar creatividad e innovación.

## **Estrategias que implementó el medio digital NCRNoticias para difundir la información**

### **Estrategias**

Las estrategias inician con una proyección que se realizará con el objetivo de alcanzar un logro, en el caso de los medios de comunicación lo implementan para lograr un crecimiento en sus plataformas digitales, ya que, puede obtener popularidad y más público interesado con su contenido.

De acuerdo con Ronda (2021) el concepto es el siguiente:

La estrategia es una herramienta de dirección que permite la satisfacción de las necesidades del público objetivo a quien está dirigida la actividad de la empresa, a través de una interacción proactiva de la organización con su entorno y el uso de procedimientos y técnicas con un basamento científico empleadas de manera repetitiva e integral. (párr.1)

Según Prada (s.f) la definición es la siguiente:

Concepto desarrollado originalmente en la ciencia militar, que implica en principio, el arte de combinar y dirigir ciertas operaciones cuando deben oponerse a actuaciones de los adversarios. La estrategia ha estado presente en la vida del ser humano desde siempre, desde que hubo oposición de dos voluntades, había la defensa de grupo, el asalto por comida, la represalia masiva, las negociaciones. (párr.1)

Se mencionan dos definiciones sobre el concepto de estrategia, pero en este caso se utilizará la de Ronda (2021) la cual detalla que es una herramienta que lleva un debido proceso para llegar a un público, además, que requiere de una serie de técnicas.

### **Estrategias de comunicación**

En la actualidad, las estrategias de comunicación sirven para lograr un meta, lo cual suelen ser de gran importancia para los medios de comunicación debido a que lo establecen para obtener un logro. Con el paso de los años pueden cambiar, ya que, al surgir nuevas plataformas se implementan cosas nuevas, además, buscan lo que pueda llamar más la atención del público.

De acuerdo con Sordo (2023) la definición de las estrategias de comunicación hace referencia a que:

Son las acciones que lleva a cabo una organización dentro del área de comunicación para alcanzar de manera eficaz los objetivos y metas planteadas. Pueden establecerse por diferentes motivos: reestructuración, mejora de la imagen corporativa, búsqueda de un incremento en ventas, entre otras causas. (párr.4)

Pouplana (2022) sobre este mismo concepto menciona que: “Las estrategias de comunicación son una herramienta de negocio que ayuda a la empresa a definir, elaborar y lanzar sus mensajes de manera efectiva, a través de cualquier canal y hacia todo tipo de destinatarios”. (párr.3)

Anteriormente, se puede observar dos conceptos de estrategias de comunicación, las cuales son diferentes pero válidas, en este caso se toma en cuenta la de Sordo (2023) debido a que menciona los motivos, por lo cual las organizaciones implementan una estrategia de comunicación. En el caso de los medios, se puede relacionar a que lo hacen para alcanzar un objetivo.

## **Medios digitales**

Los medios digitales han llegado para brindar información de manera efectiva, especialmente porque buscan mantener una relación con el público. Con el paso del tiempo estos medios están evolucionando debido a la creación de nuevas plataformas, las cuales empiezan a tomar fuerza en internet.

Gomes (2019) detalla que: “Los medios digitales son espacios en los que se genera la comunicación y el intercambio de información entre usuarios y productores de contenidos digitales, ya sean empresas, bloggers o sitios de noticias”. (párr.1)

De acuerdo Danel (2021): “Los medios digitales son los espacios donde se genera la comunicación y el intercambio de información; es decir, aquellas plataformas que nos da el internet”. (párr.2)

Se mencionaron dos significados de los medios de comunicación, sin embargo, en este caso se toma en cuenta la de Gomes (2019), esto se debe a que explica su objetivo, el cual es generar e intercambiar información.

## **Tipos de medios digitales**

En la actualidad, los medios digitales se pueden clasificar de diferentes maneras, ya que, en muchos casos se crean por medio de una plataforma digital o se puede desarrollar por medio de un sitio en internet, sin embargo, ambos cumplen con el mismo objetivo el cual se basa en brindar información al público y en algunos casos les permite a las personas dar su opinión sobre la noticia publicada.

Al respecto, Villamil (2022) menciona que se pueden encontrar diversos tipos de medios digitales:

Existe una clasificación bastante amplia, pero en general dentro de este grupo se encuentran: las redes sociales, los sitios web de terceros, las plataformas de streaming

y los videojuegos. Se destaca otro medio importante más reciente, que es la realidad aumentada, también se encuentran las aplicaciones para dispositivos móviles y puedes incluso, considerar algunas acciones en el metaverso (un territorio con mucho potencial, aunque aún poco explorado). (párr.3)

De acuerdo La Universidad en Internet (s.f) los tipos de medios digitales se clasifican en que:

Existen muchos medios digitales y estos van más allá de las redes sociales. Hay una amplia variedad de canales para explorar y comunicar con el público. Estos comprenden no solo los medios de Internet, las redes sociales o cualquier plataforma online en la que es posible la comunicación directa con los usuarios, sino también el móvil o la televisión y la radio digital. (párr.5)

Se presentaron dos clasificaciones de los diferentes tipos de medios digitales que existen, en dicho caso se utilizará la de Villamil (2022) la cual menciona que las redes sociales se encuentran entre algunos de ellos, debido a que estas son algunas de las más utilizadas por los medios para difundir información y que llegue de una forma más efectiva a las personas.

## **Beneficios del medio informativo al usar la herramienta Tik Tok para emitir noticias a la población**

### **Beneficios**

Un beneficio es obtener un privilegio o ganar algo por lo que se ha tenido que luchar para lograrlo, además, para conseguirlo se debe llevar un proceso o en otros casos crear estrategias para llegar a la meta.

Fingermann (2021) hace referencia a que: “El beneficio es un concepto positivo pues significa dar o recibir algún bien, o sea aquello que satisface alguna necesidad. El

beneficio aporta, adiciona, suma, y de él que se obtiene utilidad o provecho. Este beneficio puede ser económico o moral”. (párr.1)

En relación con este concepto, Estevez (2019) menciona que el significado es:

Un beneficio es algo que repercute de modo positivo en un individuo, colectivo o institución, que proporciona la posibilidad de mejorar una condición determinada, aplicable en múltiples contextos. También, tiene una percepción de cuestionamiento entendiendo la idea de acceder u obtener ventajas que no están disponibles para todos por igual. Su origen lingüístico remonta al latín *beneficium*. (párr.1)

Se muestran dos conceptos de la palabra beneficios, sin embargo, en este caso se toma en cuenta la de Estevez (2019) la cual detalla que se refiere a obtener un privilegio que es positivo para un individuo o alguna institución.

## **Redes sociales**

Las redes sociales son plataformas que se pueden utilizar para publicar fotos o videos, las cuales pueden llegar a muchas personas, pero otra función importante es la difusión de información, ya que, los medios de comunicación la utilizan para brindar contenido de interés.

De acuerdo Acibeiro (2023): “Una red social es una página web o aplicación que sirve como herramienta de comunicación entre los usuarios que la utilizan”. (párr.4)

Con respecto, a las redes, Llonch (2021) detalla que:

Las redes sociales son plataformas digitales que conectan entre sí a personas con intereses, actividades o relaciones en común (como amistad, parentesco o trabajo). Estas plataformas permiten el contacto entre los individuos que las componen y

funcionan como un medio para intercambiar información. La información publicada por un usuario puede ser pública o privada. (párr.3)

Se presentan dos definiciones sobre las redes sociales, pero toma en cuenta la de Llonch (2021) debido a que detalla como una red social sirve de herramienta para la comunicación y que puede funcionar para intercambiar información, ya que, el objetivo principal de los medios de comunicación es difundir noticias y contar con las opiniones de los usuarios.

### **Ventajas de las redes sociales**

Las redes sociales se utilizan con mayor frecuencia para publicar fotos o conocer personas, sin embargo, se pueden utilizar para algo más importante como difundir información, debido a que por ser muy utilizadas puede llegar a muchas personas. Los medios de comunicación lo han empezado a usar para publicar noticias de diversos tipos como escritas o por medio de videos.

Al respecto, Newberry (2021) detalla que algunas de las ventajas son que: “Las redes sociales para las empresas ya no son algo opcional, son la forma de llegar a clientes, obtener información valiosa y hacer que tu marca crezca”. (párr.1)

De acuerdo con Gallardo (2022) menciona que:

Las ventajas de las redes sociales están relacionadas principalmente con la conectividad que nos proporcionan. Gracias a ellas podemos comunicarnos con cualquier persona del mundo sin ningún tipo de restricción. Además, nos ayudan mucho a la hora de promocionar negocios o productos. (párr.6)

Se han presentado dos definiciones sobre las ventajas que se obtiene por medio de las redes sociales, en este caso se utilizará la de Newberry (2021) debido a que habla sobre cómo

puede ser información valiosa y de interés, además, que se puede obtener un crecimiento de la marca o en este caso de la empresa.

## **Tik Tok**

TikTok es una red social de origen chino que sirve para compartir videos cortos y en formato vertical, que tienen una duración 1 segundo y en algunos casos puede llegar a los 10 minutos. Los videos cortos no tienen un plazo determinado de reproducción, por lo tanto, cuando acaban vuelven a empezar otra vez en un bucle infinito. Su incursión fuera de China se oficializó el 2 de agosto de 2018.

Según Llonch (2021) el significado de esta red social es que:

TikTok es una red especialmente adecuada para conectar con los usuarios más jóvenes, aunque las marcas deberían tener en cuenta que es necesario adaptar sus mensajes al particular estilo de esta red. Cuenta con una comunidad creciente de influencers y dispone de opciones de monetización y publicidad. (párr.28)

De acuerdo con Martín (s.f) menciona que: “TikTok es una red social a través de la que compartir vídeos de corta duración con efectos, edición, música o filtros. Estos vídeos pueden durar entre 15 y 60 segundos”. (párr.3)

Anteriormente se muestran dos conceptos sobre el significado de la red social TikTok, en este caso se usará la de Martín (s.f), ya que, esta menciona que son publicaciones con videos cortos, no mayores a los 60 segundos.

## **Noticias**

Las noticias son acontecimientos que suceden en el país, las cuales son publicadas por los medios de comunicaciones y que pueden ser televisivas, digitales, radiofónicas o escritas, cabe mencionar que se pueden clasificar por diferentes temas como deportes, sucesos, entretenimiento, etc.

Según Coelho (2019) “Una noticia es la información sobre un hecho o un conjunto de hechos que, dentro de una comunidad, sociedad o ámbito específico, resulta relevante, novedosa o inusual. La palabra, como tal, proviene del latín *notitia*”. (párr.1)

Rodríguez (2022) sobre el mismo concepto detalla que:

Una noticia es una información sobre una serie de hechos que ocurren dentro de una sociedad, afectando de manera directa o indirecta a las comunidades. Corresponde a un relato específico sobre acontecimientos considerados relevantes y que por lo tanto deben ser de conocimiento público. Antes de ser publicado de manera masiva esta información es verificada y evaluada, evitando caer en amarillismo o tergiversación de hechos, estas son divulgadas a través de diferentes medios digitales y físicos, como lo son portales web de noticias, periódicos y recientemente es tendencia su publicación por medio de las diferentes redes sociales. (párr.1)

Con respecto a las dos definiciones que se presentaron anteriormente se tomará en cuenta la de Coelho (2019), debido a que detalla que una noticia es un hecho que puede suceder en cualquier parte del país o fuera de él.

### **Tipos de noticias**

Las noticias tienen muchas características y pueden clasificarse de diversos tipos, las cuales se pueden distinguir dependiendo del acontecimiento que suceda, en el mundo se presentan incidentes a diario, ya que, todo es noticia y se difunde en internet.

Del Moral (2023) hace referencia a este concepto cuando dice que:

Una noticia es un tipo de aviso, advertencia, información, relato o crónica que habla frecuentemente de un hecho particular que sucedió, que se está llevando a cabo o que muy probablemente sucederá en un futuro más o menos inmediato. Por lo tanto, se

trata de una comunicación que presta atención a algo que se considera importante o relevante debido a sus características o las implicaciones que ello puede tener en distintos ámbitos de la vida. Por lo tanto, las noticias pueden hablar de distintos temas como por ejemplo política, economía, sucesos del mundo, medio ambiente, seguridad, espectáculos, arte, deportes, ciencia, etc. (párr.1)

Según con el Instituto Europeo de Periodismo y Comunicación (2021): “Los tipos de noticias se pueden diferenciar siguiendo diferentes criterios. Así, las principales clasificaciones de las noticias son según la temática que tratan, según la proximidad del hecho o evento o según su tratamiento”. (párr.4)

Anteriormente se presentan dos diferentes tipos de clasificaciones de noticias que existen, sin embargo, en este caso se toma en cuenta la del Instituto Europeo de Periodismo y Comunicación (2021), la cual detalla que se pueden clasificar según su temática, proximidad o su tratamiento.

### **Noticias nacionales**

Las noticias nacionales se basan en acontecimientos que suceden en un determinado país, esto quiere decir que son todos los hechos que sucede a diario en nuestro entorno, cada uno puede variar su tema según las circunstancias, sin embargo, continúan siendo una noticia nacional.

Al respecto, Bertran (2022) detalla que:

Las noticias nacionales son aquellas que relatan sucesos de la actualidad que tienen interés a nivel de todo un país, aquel en el que residimos. Los lectores de todo el Estado ven ese acontecimiento como un hecho noticiable y, aunque no sea de interés internacional, sí que lo es a nivel nacional. (párr.12)

De acuerdo con Ribas (2022) las noticias nacionales son las que: “Tratan sobre hechos o acontecimientos de la vida política, económica, social y cultural del país de residencia del público al que se dirige la noticia”. (párr.55)

Anteriormente se mostraron dos conceptos sobre las noticias nacionales, sin embargo, en esta ocasión se toma en cuenta la de Bertran (2022), la cual detalla que son todos los hechos que suceden a nivel de todo el país, es decir, los acontecimientos que nos rodean.

### **Noticias deportivas**

Se pueden definir como noticias deportivas a todo lo que se relaciona con el deporte, son las actividades que requieren de una actividad física o realizar algún tipo de ejercicio. En los medios de comunicación se puede apreciar cuando transmitir algún partido de fútbol o cuando hacen las estadísticas de un juego.

En opinión de Bertran (2022):

Las noticias deportivas son aquellas que se encargan de cubrir la actualidad del mundo del deporte. Con un objetivo más vinculado al entretenimiento, relata el desenlace de los eventos deportivos más importantes a nivel nacional e internacional y da la última hora sobre el mercado de fichajes. (párr.18)

Según Ribas (2022) las noticias deportivas son las que: “Tratan sobre sucesos vinculados con los distintos deportes que se practican en una comunidad, por lo general dando prioridad a los más populares”. (párr.19)

Se mencionaron dos definiciones sobre las noticias deportivas, pero en este caso se toma en cuenta la de Bertran (2022), la cual menciona que esto lo relacionado con el mundo del deporte, desde un partido a la transmisión de un evento.

## **Noticias de sucesos**

Las noticias de sucesos son los hechos que acontecen día a día, especialmente cuando tiene que ver con algo que no se está planeado, como es el caso de los accidentes, sin embargo, se puede definir como todo aquello que se genera por medio de una tragedia.

Según Pérez (2021) las noticias de sucesos son las que: “Se define como suceso a una cuestión que ocurre. El término tiene su origen en el vocablo latino successus y se emplea en especial cuando aquello que ocurre o se desencadena posee una cierta trascendencia”. (párr.1)

En el caso de TECH Universidad Tecnológica (s.f) detalla que: “El periodismo de sucesos brinda información certera acerca de los diversos hechos que ocurren en un panorama actual.”. (párr.1)

Con respecto, a las dos explicaciones sobre las noticias de sucesos se toma en cuenta la del TECH Universidad Tecnológica (s.f), en la que se detalla que es todo aquello que se sucede en un panorama actual.

## **Noticias de entretenimiento o farándula**

Las noticias de entretenimiento o de farándula son aquellas que tienen que ver con el mundo del espectáculo y se relaciona con alguna figura pública, además, se pueden describir como acontecimientos que generan especulaciones por parte de la audiencia.

Según Bertran (2022): “Las noticias de espectáculos, también conocidas como noticias de farándula, son aquellas que, muy relacionadas con el periodismo cultural, se encargan de cubrir la actualidad referente a la moda, estrellas del cine, personajes famosos de la televisión, etc”. (párr.20)

En opinión de Pérez (2023):

El entretenimiento que brindan las noticias de la farándula es muy particular en cuanto a que no se basa en chistes ocurrentes u obras cómicas sino en una persecución despiadada a los famosos para intentar exponer sus puntos débiles, sus «trapitos sucios», sus delitos y sus secretos más oscuros. En pocas palabras, se trata de disfrutar a costa del sufrimiento ajeno, al menos cuando estas historias son reales. (párr.10)

Se mencionaron dos conceptos sobre las noticias de entretenimiento o farándula, sin embargo, se tomará en cuenta la de Bertran (2022), la cual menciona que es todo aquello relacionado con personas conocidas por el público.

### **Noticias políticas**

Las noticias políticas son aquellas que se relacionan con la Presidencia, la Asamblea, elecciones, etc. Esto quiere decir, que tiene relación con los hechos que suceden en el mundo político, ya que, muchas veces una noticia política es la decisión que se toma o se decreta en el país.

De acuerdo con Bertran (2022): “Las noticias políticas son aquellas que relatan sucesos actuales relativos al mundo político, contando qué está ocurriendo a nivel local, nacional o internacional en el gobierno, los partidos políticos y los representantes de los mismos”. (párr.14)

En el caso de Ribas (2022) detalla que las noticias políticas son las que: “Tratan sobre acontecimientos vinculados con los gobiernos, sus actividades y sus decisiones de interés público”. (párr.15)

Anteriormente se mencionan dos definiciones, pero en este caso se utilizará la de Bertran (2022), la cual menciona que tratan sobre los hechos actuales del mundo político, además, se relacionan con los partidos, el gobierno, etc.

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

En este capítulo se fundamenta la investigación, se exponen y explican los diferentes componentes involucrados en los procesos que se llevarán a cabo, además, se detalla el enfoque del proyecto, su diseño, los sujetos de información, las variables, el instrumento, la recolección de datos y el análisis de datos; todo con el fin de dar respuesta a cada uno de los objetivos planteados en el presente trabajo.

### **Enfoque**

Para esta investigación se utilizará un enfoque mixto, ya que, según Hernández (2018) explica que: “Los métodos de investigación mixta son la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una fotografía más completa del fenómeno” (pág.546)

Durante esta investigación se implementará el enfoque mixto, debido a que para obtener el enfoque cualitativo se realizará una investigación en el tipo de noticias publicadas y las reacciones del público durante el tercer cuatrimestre del 2022, que inició el 12 de septiembre y finalizó el 23 de diciembre. En el caso del enfoque cuantitativo se obtendrán los resultados de la cantidad de notas publicadas y la cantidad de reacciones del público a las mismas.

### **Diseño**

De acuerdo con Hernández (2018) el diseño descriptivo: “Busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (pág.85)

Para dicho estudio se utilizará el diseño no experimental descriptivo, debido a que cumple con los requisitos que serán utilizados en la investigación, ya que, se estará realizando una entrevista al director del medio de comunicación en donde se recolectarán datos para la

investigación y breve análisis a las publicaciones realizadas durante el tercer cuatrimestre del 2022.

### **Entrevista**

En opinión de Hernández (2018) las entrevistas telefónicas: “son la forma más rápida de realizar una encuesta. Junto con la aplicación grupal de cuestionarios es la manera más económica de aplicar un instrumento de medición, con la posibilidad de asistir a los sujetos de la muestra” (pág.241)

Para la investigación se optó por realizar una entrevista telefónica por medio de WhatsApp al director del medio de comunicación, el periodista Joao Gómez, en el cual detalla puntos importantes sobre las publicaciones y el crecimiento que ha tenido la plataforma desde su creación.

### **Sujetos de información**

#### **Población y muestra**

Hernández (2018) menciona que el concepto de población se define como: “El conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (pag.174)

Para la investigación se utilizará la muestra no probabilística, ya que, de acuerdo con Hernández (2018):

En las muestras no probabilísticas, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra. Aquí el procedimiento no es mecánico ni con base en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de investigadores y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios de investigación (pág.176)

Para la siguiente investigación, se le realizará una exploración sobre las publicaciones que el medio digital realizó durante el tercer cuatrimestre del 2022, donde se abarca una muestra de las publicaciones a partir del 12 de septiembre al 23 de diciembre y detalla datos importantes como cuál es el público que con mayor frecuencia consume la información, el contenido que llama la atención, la interacción del medio con la audiencia, la constancia de las publicaciones y el crecimiento de la red social durante este tiempo.

El objetivo de utilizar la muestra no probabilística es debido a que el estudio será realizado a las publicaciones de NCRNoticias, donde se establecerá un periodo de tiempo y tendrá como finalidad detallar el crecimiento e interacción de las personas con el contenido que publica la red social. Además, se le realizará una entrevista al director de contenidos del medio digital, el periodista Joao Gómez.

## **Tamaño**

Según Hernández (2018) “El tamaño de una muestra depende también del número de subgrupos que nos interesan en una población” (pág.189)

Para la presente investigación se determinó un periodo de tiempo de un cuatrimestre, el cual será a partir del 12 de septiembre al 23 de diciembre, en el que se realizará un respectivo análisis de cada video publicado por medio digital en la plataforma TikTok.

Durante el análisis se logra apreciar que en los meses de octubre y noviembre se realizaron mayor cantidad de publicaciones, debido a que hubo más flujo en las noticias, es decir, que sucedieron muchos sucesos como inundaciones y accidentes. En el caso del mes de septiembre fue regular debido a que fueron menos las notas y diciembre fue el mes que casi no tenían publicaciones porque estaba presente el mundial de fútbol y la interacción del público disminuye. Con esta muestra de diversos meses queremos evitar un sesgo en los resultados.

### Características de inclusión

- Se incluyen todas las notas publicadas durante el período determinado.
- Solo investiga las notas desde el 12 de septiembre al 23 de diciembre.
- Solo se toma en cuenta las publicaciones del medio.
- Las publicaciones deben tener un tiempo menor a los 4 minutos.

### Características de exclusión

- No se incluyen notas repetidas o de otros meses.
- No se toma en cuenta videos mayores a los 4 minutos.
- No se incluyen transmisiones en vivo.

### Definición de las variables

De acuerdo Hernández (2018) las variables de la información mencionan que: “Son las propiedades medidas y que forman parte de las hipótesis o que se pretenden describir” (pag.283)

Objetivo Específico	Variable	Indicadores	Definición Conceptual
Demostrar qué tanto gustó la noticia a las personas.	<i>Likes</i>	<p>Alto: Las noticias que se encuentran en un rango de 10 000 a 95 800.</p> <p>Medio: Las noticias que se encuentran en un rango de 1000 a 10 000.</p> <p>Bajo: Las noticias que se encuentran en un rango de 0 a 1000.</p>	Los <i>like</i> son las reacciones positivas que pueden externar de forma voluntaria los usuarios de una plataforma, en el cual demuestran que les gustó o les pareció interesante la publicación.

Distinguir la popularidad que genera la noticia.	Favoritos	<p>Alto: Las noticias que se encuentran en un rango de 1000 a 4336.</p> <p>Medio: Las noticias que se encuentran en un rango de 300 a 1000.</p> <p>Bajo: Las noticias que se encuentran en un rango de 0 a 300</p>	Gracias a la opción de favoritos en las publicaciones de TikTok se puede determinar el nivel de prestigio que está generando una noticia. Además, gracias a ello, se puede volver viral.
Crear interacción entre las personas y el medio.	Comentarios	<p>Alto: Las noticias que se encuentran en un rango de 800 a 1416.</p> <p>Medio: Las noticias que se encuentran en un rango de 400 a 800</p> <p>Bajo: Las noticias que se encuentran en un rango de 0 a 400.</p>	Los comentarios son opiniones que dejan los usuarios, así como su punto de vista sobre algún tema.
Determinar el interés que muestran los usuarios por las noticias publicadas.	Visualizaciones	<p>Alto: Las noticias que se encuentran en un rango de 90 000 a 4 400000.</p> <p>Medio: Las noticias que se encuentran en un rango de 10 000 a 90 000.</p> <p>Bajo: Las noticias que se encuentran en un rango de 240 a 10 000.</p>	El significado de las visualizaciones sirve para dar a conocer el interés de las personas sobre las publicaciones que han realizado, los usuarios de Tik Tok pueden ver varias veces una noticia si la encuentran interesante.

Identificar la viralidad que genera la noticia.	Reenvíos	<p>Alto: Las noticias que se encuentran en un rango de 2000 a 10 300</p> <p>Medio: Las noticias que se encuentran en un rango de 800 a 2000.</p> <p>Bajo: Las noticias que se encuentran en un rango de 0 a 800.</p>	El reenviar un video logra generar que la noticia sea vista por otras personas, lo cual ayuda a que sea viral en las plataformas digitales.

Fuente: Elaboración propia a partir de los insumos que da la herramienta.

### **Instrumentos de recolección de información**

Según Hernández (2018) en el enfoque mixto se utilizan entrevistas debido a que:

Para la presente investigación mixta se realizará un breve estudio sobre las publicaciones durante el tercer cuatrimestre del 2022, el cual abarca un período a partir del 12 de septiembre al 23 de diciembre, el que se detalla la interacción del público como la cantidad de like, favoritos, reenvíos y la cantidad de comentarios positivos y negativos.

Además, para obtener más información se realizará una entrevista al director de contenidos del medio digital, el periodista Joao Gómez, esto debido a que se obtendrá información sobre el crecimiento que ha tenido la plataforma y las estrategias que implementarán en un futuro.

## Recolección de información

A continuación, se muestra el cuadro estratégico en el cual se refleja los datos sobre la forma y los detalles de las noticias que ha publicado el medio durante el tercer cuatrimestre, abarca un período a partir del 12 de septiembre al 23 de diciembre del 2022:

Cantidad de publicaciones	Fechas de recolección	Lugar de recolección	Observaciones
94 publicaciones	Del 12 de septiembre al 23 de diciembre del 2022	<a href="https://www.tiktok.com/@ncrnoticias?t=8Z3wBXPXaLt&amp;r=1">https://www.tiktok.com/@ncrnoticias?t=8Z3wBXPXaLt&amp;r=1</a>	Se realizó de manera independiente para evitar que se brindara información editada y fuera diferente a como la apreció el público.

Fuente: Elaboración propia

## Análisis de datos

De acuerdo con Hernández (2018), el análisis de datos se debe realizar mediante la siguiente explicación:

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (pág.546)

Para la recolección de datos se realizará una investigación de las publicaciones del medio digital, durante el tercer cuatrimestre del 2022, que abarca desde el 12 de septiembre

al 23 de diciembre, en el que se obtendrán los resultados del tipo de notas publicadas y la cantidad durante dicho período.

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Para la investigación se realizó un análisis de las publicaciones del medio digital NCRNoticias, por medio de la plataforma digital TikTok durante el tercer cuatrimestre del 2022, el cual inicia a partir del 12 de septiembre y finaliza el 23 de diciembre, en total fueron 94 publicaciones, cabe mencionar, que las notas fueron realizadas por todas las personas que trabajan en el medio informativo. A continuación, se realizará un estudio sobre las publicaciones por cada mes:

### Análisis de las publicaciones

#### Septiembre

En la siguiente tabla se aprecian las noticias que fueron publicadas durante el mes de septiembre, además, se realizó un análisis sobre cómo fue el desenvolvimiento de las 19 publicaciones.

**Tabla n.º 1. Noticias publicadas durante el mes de septiembre 2022.**

Título	Fecha	Tema	Like	Comentarios	Favoritos	Visualizaciones	Reenvíos
Inundación Río Jorco	13/09/2022	Sucesos	2351	13	84	223,5k	104
Fuertes lluvias en Jacó	13/09/2022	Sucesos	3660	22	126	237,0k	455
Niños crean banda con baldes	14/09/2022	Entretenimiento	7302	20	19	32,6k	48
Cabeza de agua	16/09/2022	Sucesos	95,8k	947	3423	4,4m	10,3k
Jugador Jewison Bennette anotó primer gol	17/09/2022	Deporte	972	8	30	41,0k	39
Terraplén arrastra bus	17/09/2022	Sucesos	1355	39	62	49,9k	222
Animales atrapados por lluvias	17/09/2022	Sucesos	949	11	29	32,8k	35

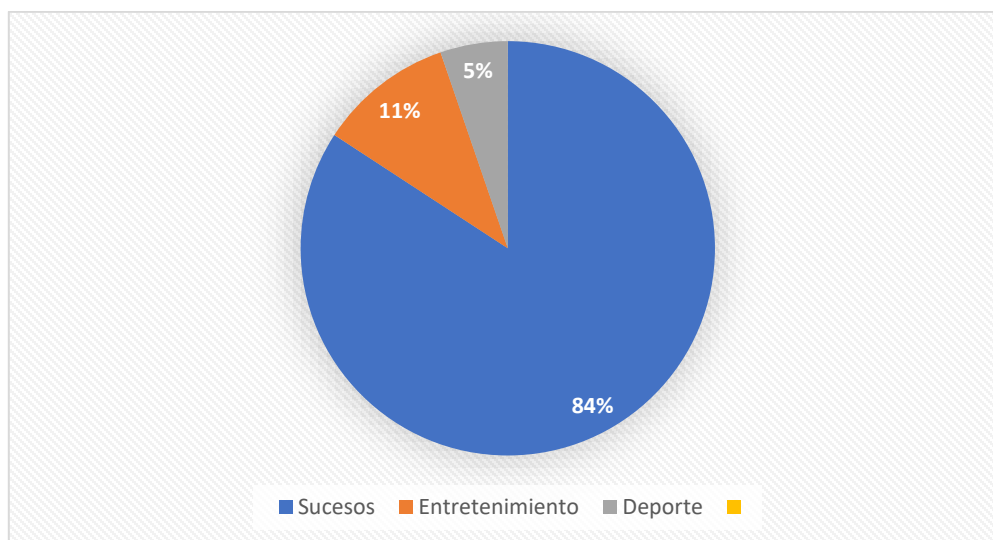
Respuesta del MOPT sobre accidente	17/09/2022	Sucesos	840	46	30	41,4k	35
Deslizamiento	18/09/2022	Sucesos	11,9k	96	413	520,5k	1312
Madre muere en accidente	18/09/2022	Sucesos	6247	122	280	219,8k	386
Minutos antes de la tragedia	18/09/2022	Sucesos	1440	20	73	63,1k	85
Primeras tomas del bus arrastrado	18/09/2022	Sucesos	7897	93	612	188,9k	1017
Equipo de rescate de bus	20/09/2022	Sucesos	40,2k	274	2138	1,1m	2827
Así quedo el bus	20/09/2022	Sucesos	52,9k	466	4336	1,3m	5388
Papá rompe en llanto por hija desaparecida	26/09/2022	Sucesos	740	68	22	22,8k	34
El Sauce (Local)	28/09/2022	Entretenimiento	142	0	14	13,5k	14
Tornado en Cartago	28/09/2022	Sucesos	10,0k	168	683	182,1k	2139
Inundación en parqueo de UCR	29/09/2022	Sucesos	1823	99	97	85,4k	676
Inundación en San Ramón de Alajuela, hombre en flotador	30/09/2022	Sucesos	884	18	54	23,5k	190

Fuente: Elaboración propia

## Gráficos del mes de setiembre

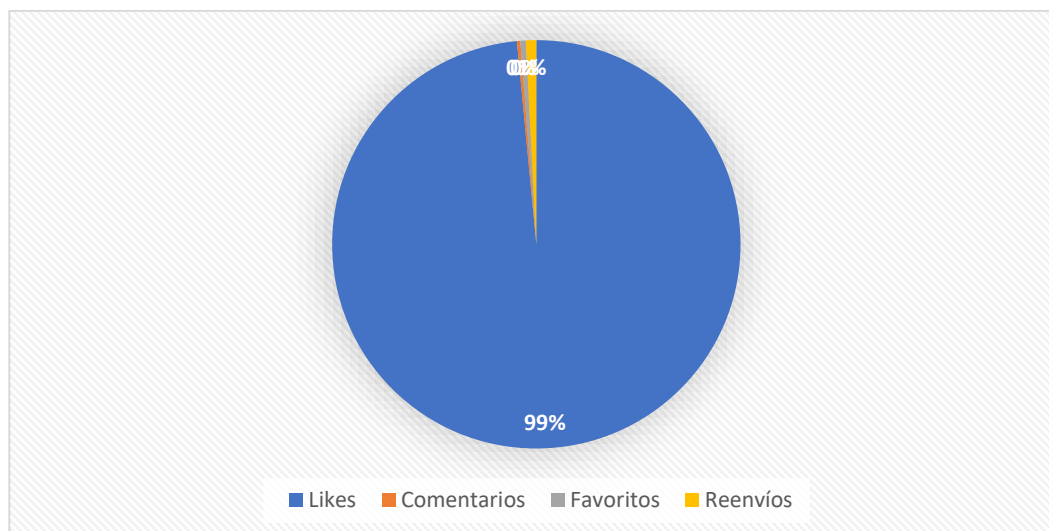
### Gráfico n.º 1

#### *Temas de las noticias*



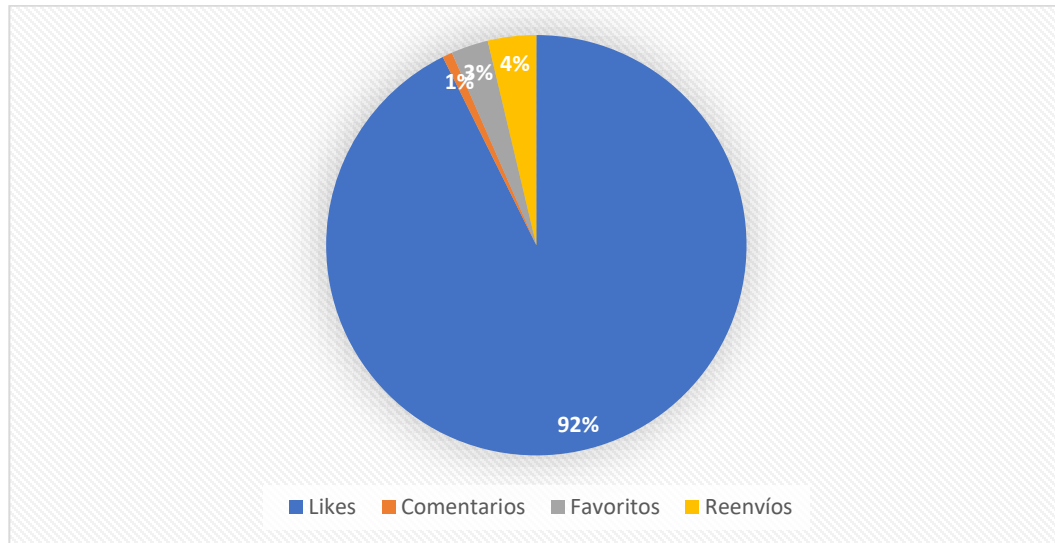
Fuente: Elaboración propia

En el presente gráfico se realizó un análisis sobre los temas que fueron publicados durante el mes de septiembre, en el cual se detalla que fueron solamente de tres áreas sucesos, entretenimiento y deportes.

**Gráfico n.º 2*****Reacciones que tuvieron las noticias de entretenimiento***

Fuente: Elaboración propia

En el presente gráfico se realizó un análisis sobre la interacción de público en las 2 noticias de entretenimiento que fueron publicadas durante el mes de septiembre, las cuales tuvieron un total de 46.100K visualización, esta cifra no se agrega en el gráfico debido a que al ser mayor abarca gran parte de la figura.

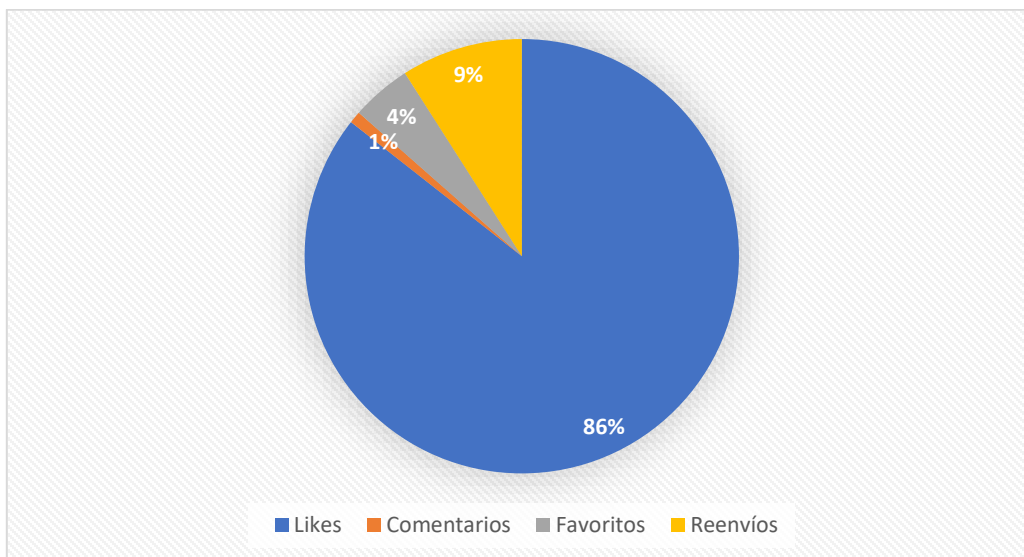
**Gráfico n.º 3*****Reacciones que tuvieron las noticias de deportes***

Fuente: Elaboración propia

En el presente gráfico se realizó un análisis sobre la interacción de público en la única noticia de deportes que fue publicada durante el mes de septiembre, las cuales tuvieron un total de 41.000K visualización, esta cifra no se agrega en el gráfico debido a que al ser mayor abarca gran parte de la figura.

## Gráfico n.º 4

### Reacciones que tuvieron las noticias de sucesos



Fuente: Elaboración propia

En el presente gráfico se realizó un análisis sobre la interacción de público en las 16 noticias de sucesos que fueron publicadas durante el mes de septiembre, las cuales tuvieron un total de 8.690.700M visualización, esta cifra no se agrega en el gráfico debido a que al ser mayor abarca gran parte de la figura.

## Octubre

En la siguiente tabla se aprecian las noticias que fueron publicadas durante el mes de octubre, además, se realizó un análisis sobre cómo fue el desenvolvimiento de las 36 publicaciones.

**Tabla n.º 2. Noticias publicadas durante el mes de octubre 2022.**

Título	Fecha	Tema	Like	Comentarios	Favoritos	Visualizaciones	Reenvíos
Niño vende sus juguetes	04/10/2022	Nacionales	1043	15	55	27,8k	74
Afectación de tormenta Julia	09/10/2022	Sucesos	1942	15	51	71,9k	340

Parte2: Afectación de tormenta Julia	09/10/2022	Sucesos	351	1	10	17,8k	49
Conductor graba derrumbe en Tárcoles	10/10/2022	Sucesos	784	7	29	21,5k	60
Derrumbe en Tárcoles	10/10/2022	Sucesos	437	3	15	14,4k	43
MEP suspende clases por enfermedades respiratorias	10/10/2022	Educación	2692	83	105	76,2k	1193
Inundación perjudica trabajos en la ruta Cerro de la muerte	11/10/2022	Sucesos	3968	58	163	124,6k	319
Serpiente cruzando río	12/10/2022	Nacionales	913	27	20	28,3k	35
Inundación en Desamparados	14/10/2022	Sucesos	3188	66	123	245,2k	215
Fuertes lluvias provocan inundaciones en Desamparados	14/10/2022	Sucesos	3662	83	108	141,6k	894
Policía desaloja vecinos de Desamparados	14/10/2022	Sucesos	22,8k	399	798	944,1k	3238
Vecinos de La Tabla quedan atrapados por río	14/10/2022	Sucesos	4577	62	127	238,4k	642
Clásico entre Sapriisa-LDA	14/10/2022	Deportes	1110	2	48	13,9k	30
Brenda Kellerman dedica baile a su angelito	17/10/2022	Entretenimiento	1981	14	91	48,5k	23
Fuerte lluvias en Jacó	17/10/2022	Sucesos	352	13	8	9573	51
Camión se le cayeron las cajas de cerveza	18/10/2022	Sucesos	792	30	33	24,3k	127
¡Juan Gabriel está vivo!, lo dice ex manager	19/10/2022	Entretenimiento	181	4	11	7129	11

Carro cae de 15m de altura	20/10/2022	Sucesos	4238	121	237	146,1k	990
Encuentran partes de avión privado	22/10/2022	Sucesos	259	1	9	11,5k	20
Objetos de avión privado desaparecido	22/10/2022	Sucesos	535	11	14	20,3k	24
Concierto de Daddy Yankee	22/10/2022	Entretenimiento	19,0k	136	620	287,5k	631
Parte 2: Concierto de Daddy Yankee	22/10/2022	Entretenimiento	1039	11	32	25,3k	31
Parte 3: Concierto de Daddy Yankee	22/10/2022	Entretenimiento	1679	19	80	30,8k	47
Parte 4: Concierto de Daddy Yankee	22/10/2022	Entretenimiento	404	3	18	13,8k	17
Parte 5: Concierto de Daddy Yankee	22/10/2022	Entretenimiento	651	4	17	16,3k	15
Familiares indignados con las autoridades	25/10/2022	Sucesos	19,7k	644	1248	462,5k	969
Policía busca compañero desaparecido	25/10/2022	Sucesos	1629	60	73	63,4k	204
Katy Perry preocupa a sus fanáticos	25/10/2022	Entretenimiento	250	8	13	18,6k	26
Oficiales habrían sido atropellados	25/10/2022	Sucesos	335	6	21	13,4k	43
Luisito comunica pide a ticos que lugares visitar	25/10/2022	Entretenimiento	369	44	19	18,0k	58
Encuentran cuerpo de segundo oficial	25/10/2022	Sucesos	403	17	12	10,6k	23
Precio de combustible aumentará	25/10/2022	Nacionales	156	8	3	8699	9
Así ocultan reos celulares	26/10/2022	Nacionales	1265	29	66	52,2k	39

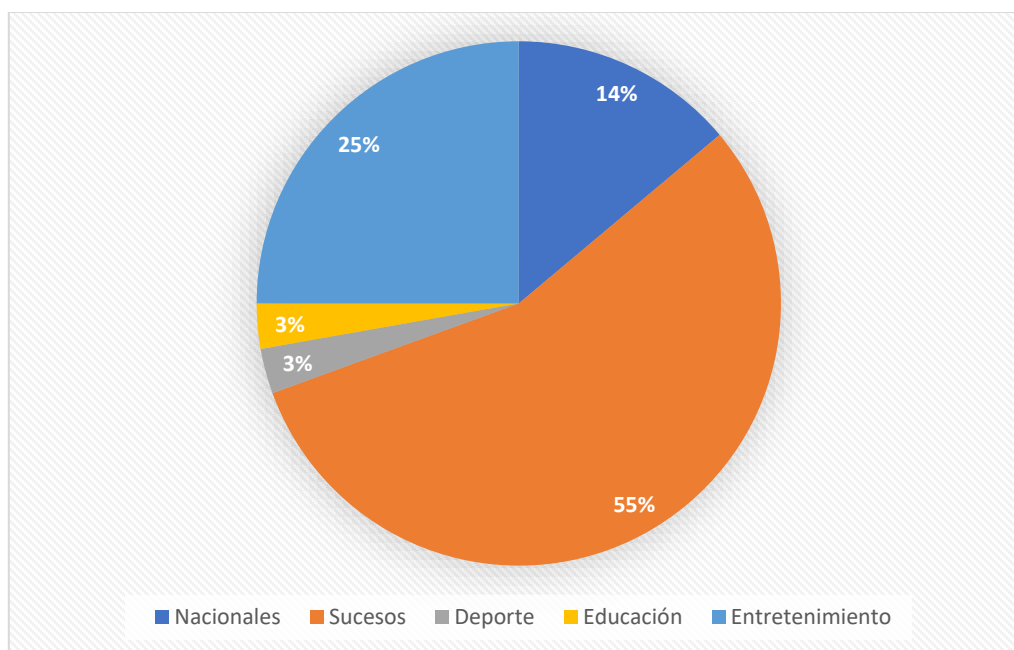
Reos esconden celulares	26/10/2022	Nacionales	237	2	5	11,2k	8
Hallan cuerpo en Osa	28/10/2022	Sucesos	1841	15	75	79,9k	67
Cocodrilo mata a niño en Limón	31/10/2022	Sucesos	298	9	7	12,4k	7

Fuente: Elaboración propia

## Gráficos de octubre

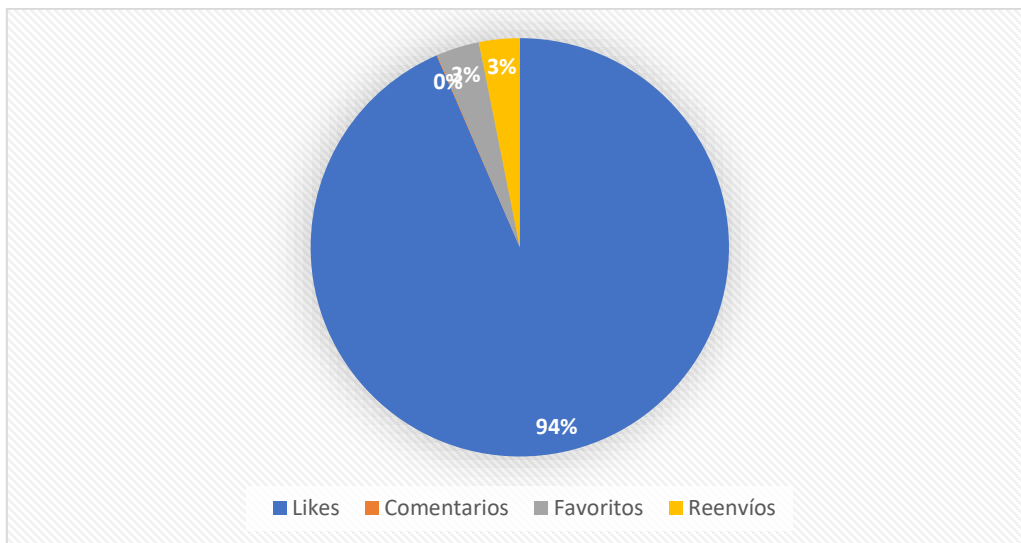
### Gráfico n.º 5

#### Temas de las noticias



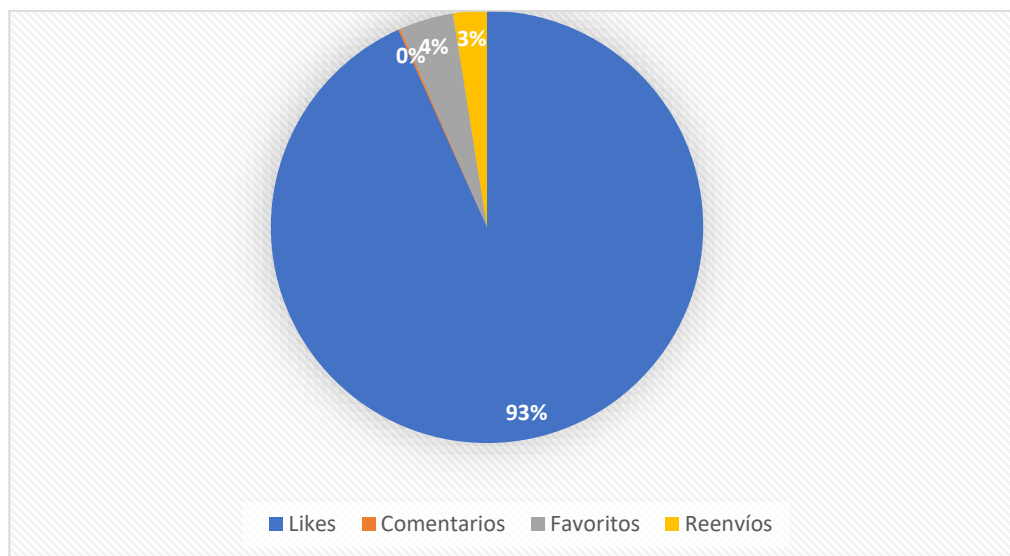
Fuente: Elaboración propia

En el presente gráfico se realizó un análisis sobre los temas que fueron publicados durante el mes de octubre, en el cual se detalla el crecimiento no solo en cantidad de noticias sino en diversidad de temas ya que se incluyen nacionales y educación además de los sucesos, entretenimiento y deportes, que fueron los temas publicados el mes anterior.

**Gráfico n.º 6****Reacciones que tuvieron las noticias de entretenimiento**

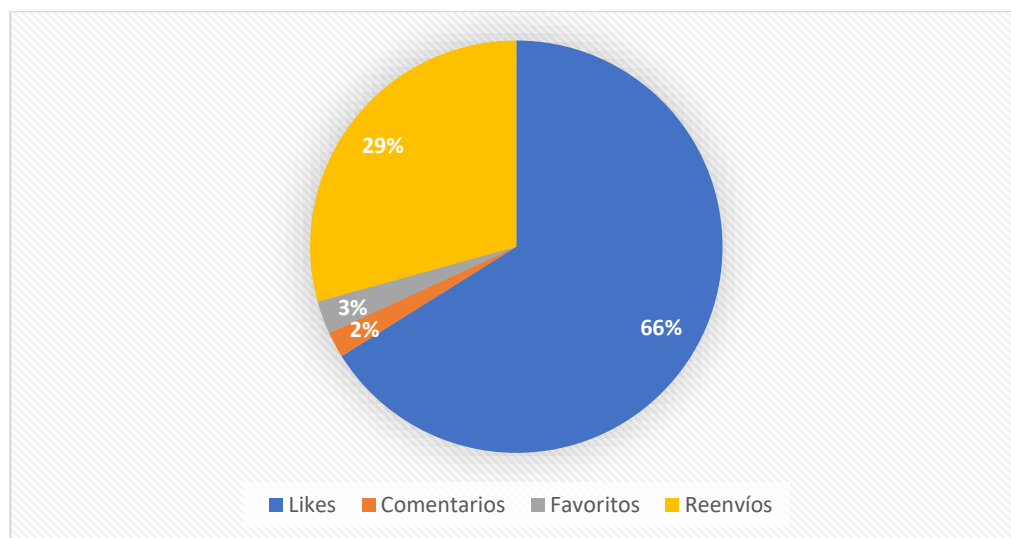
Fuente: Elaboración propia

En el presente gráfico se realizó un análisis sobre la interacción de público en las 9 noticias de entretenimiento que fueron publicadas durante el mes de octubre, las cuales tuvieron un total de 465.929K visualización, esta cifra no se agrega en el gráfico debido a que al ser mayor abarca gran parte de la figura.

**Gráfico n.º 7****Reacciones que tuvieron las noticias de deportes**

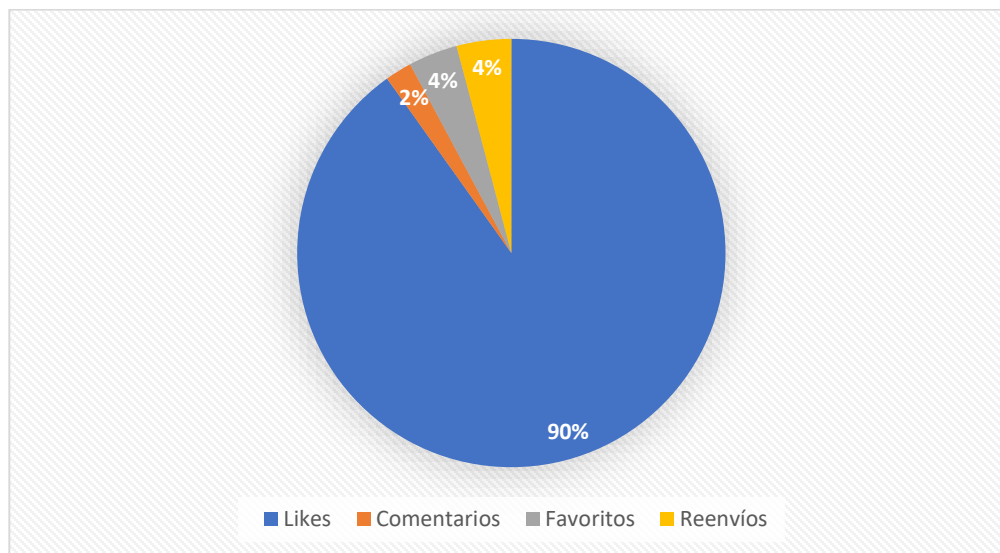
Fuente: Elaboración propia

En el presente gráfico se realizó un análisis sobre la interacción de público en la única noticia de deportes que fue publicada durante el mes de octubre, las cuales tuvieron un total de 13.900K visualización, esta cifra no se agrega en el gráfico debido a que al ser mayor abarca gran parte de la figura.

**Gráfico n.º 8****Reacciones que tuvieron las noticias de educación**

Fuente: Elaboración propia

En el presente gráfico se realizó un análisis sobre la interacción de público en la única noticia de educación que fue publicada durante el mes de octubre, las cuales tuvieron un total de 76200K visualización, esta cifra no se agrega en el gráfico debido a que al ser mayor abarca gran parte de la figura.

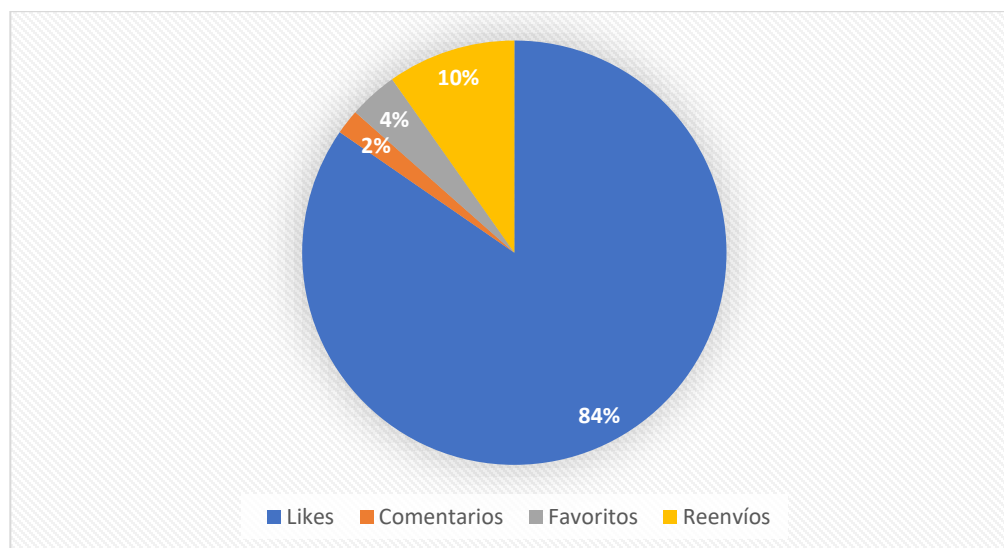
**Gráfico n.º 9****Reacciones que tuvieron las noticias de nacionales**

Fuente: Elaboración propia

En el presente gráfico se realizó un análisis sobre la interacción de público en las 5 noticias nacionales que fueron publicadas durante el mes de octubre, las cuales tuvieron un total de 128.199K visualización, esta cifra no se agrega en el gráfico debido a que al ser mayor abarca gran parte de la figura.

### Gráfico n.º 10

#### Reacciones que tuvieron las noticias de sucesos



Fuente: Elaboración propia

En el presente gráfico se realizó un análisis sobre la interacción de público en las 20 noticias de sucesos que fueron publicadas durante el mes de octubre, las cuales tuvieron un total de 2.673.473M visualización, esta cifra no se agrega en el gráfico debido a que al ser mayor abarca gran parte de la figura.

### Noviembre

En la siguiente tabla se aprecian las noticias que fueron publicadas durante el mes de noviembre, además, se realizó un análisis sobre cómo fue el desenvolvimiento de las 31 publicaciones.

**Tabla n.º 3. Noticias publicadas durante el mes de noviembre 2022.**

Título	Fecha	Tema	Like	Comentarios	Favoritos	Visualizaciones	Reenvíos
Conocer San Lucas	Isla 02/11/2022	Entretenimiento	135	0	2	6742	5

Luisito comunica probó el cacique	03/11/2022	Entretenimiento	4267	81	224	77,6k	471
Cocodrilos en Puntarenas	03/11/2022	Nacionales	1601	81	68	27,4k	237
Luisito comunica encantado con las playas de CR	06/11/2022	Entretenimiento	675	4	12	15,6k	9
Río se desborda y destruye casas en Cartago	09/11/2022	Sucesos	1453	50	44	75,9k	380
Fuertes lluvias arrastraron carro	09/11/2022	Sucesos	8894	129	396	378,9k	2288
Familia pierde todo por la lluvia en Cartago	09/11/2022	Sucesos	6732	160	230	437,9k	635
Lluvias causan destrozos en Outlet	09/11/2022	Sucesos	13,3k	403	999	514,2k	7041
Así amanece Lima, Cartago tras lluvias	10/11/2022	Sucesos	428	1	8	18,2k	31
Torbellino en Cartago	10/11/2022	Sucesos	2545	73	114	106,1k	795
La Teletón	12/11/2022	Nacionales	148	0	3	5655	2
Venezolanos armados con piedras y palos	12/11/2022	Sucesos	29,0k	1416	2018	678,6k	4828
Teletón: Aporte de Guías y Scouts	13/11/2022	Nacionales	81	0	0	3678	5
Rodrigo Chaves: Explota tras video de tiendas SyR	16/11/2022	Nacionales	800	16	39	35,7k	45
Dueños de tiendas SyR piden perdón	16/11/2022	Nacionales	142	33	23	9948	67
Intervienen las tiendas SyR	18/11/2022	Nacionales	157	0	1	5673	1
Dos casas se incendian en Palmares	18/11/2022	Sucesos	131	0	2	5577	4

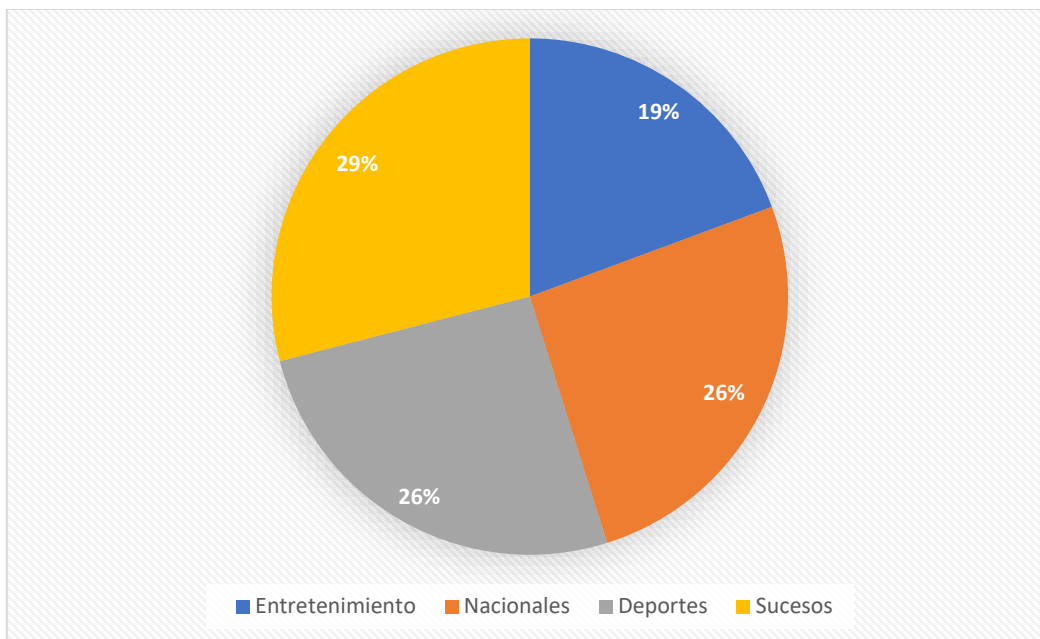
Empezó fiesta del mundial	19/11/2022	Deporte	149	3	11	3410	30
¡Vamos Ticos!	19/11/2022	Deporte	70	1	1	1718	7
Grupo de personas fue arrastrada por corriente	20/11/2022	Sucesos	898	14	22	48,5k	41
OIJ detiene a dueño de tiendas SyR	21/11/2022	Nacionales	1185	47	43	23,5k	83
Mexicanos cargan catarí y lo hacen volar	21/11/2022	Entretenimiento	407	0	28	10,3k	68
Periodista española se burla de Costa Rica	22/11/2022	Deporte	1254	47	73	22,6k	206
Partido Costa Rica- España	23/11/2022	Deporte	545	14	31	7816	29
Bad Bunny en Costa Rica	24/11/2022	Entretenimiento	62	1	6	1617	2
Ticos en Qatar celebran triunfo de la sele	27/11/2022	Deporte	475	15	16	5155	6
Gol de la sele en Qatar	27/11/2022	Deporte	596	5	24	6972	20
Recién casados celebran gane de la Sele	27/11/2022	Nacionales	944	25	32	20,6k	90
Luisito comunica apoya a Costa Rica en el mundial	27/11/2022	Deporte	240	2	11	3975	8
Tica devuelve billetera a japonés	27/11/2022	Deporte	25,0k	339	1041	335,7k	152
Magia navideña en San Joaquín	27/11/2022	Entretenimiento	57	3	0	1523	2

Fuente: Elaboración propia

## Gráficos de noviembre

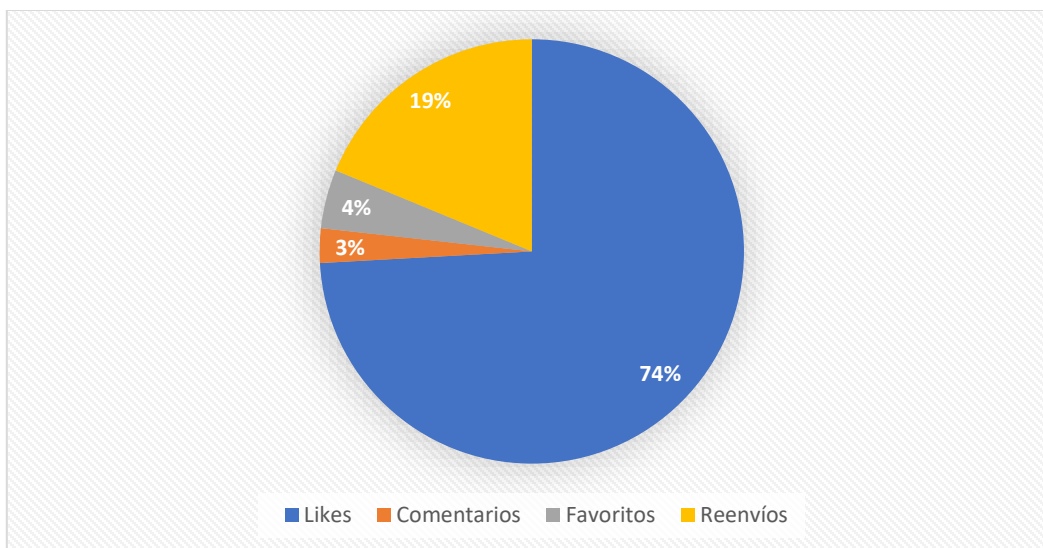
### Gráfico n.º 11:

#### *Temas de las noticias*



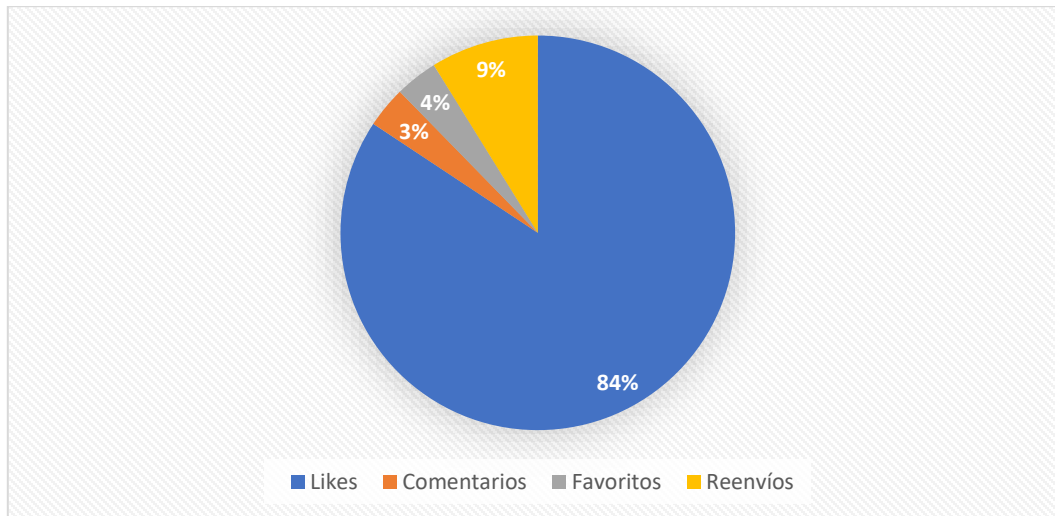
Fuente: Elaboración propia

En el presente gráfico se realizó un análisis sobre los temas que fueron publicados durante el mes de noviembre, en el cual se detalla que fueron sobre nacionales, sucesos, entretenimiento y deportes.

**Gráfico n.º 12*****Reacciones que tuvieron las noticias de sucesos***

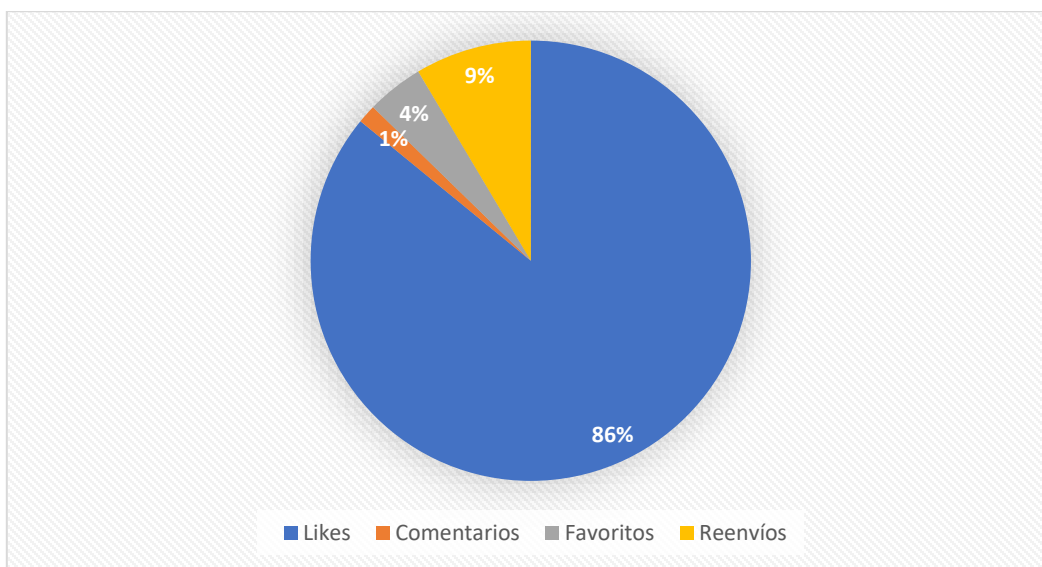
Fuente: Elaboración propia

En el presente gráfico se realizó un análisis sobre la interacción de público en las 9 noticias de sucesos que fueron publicadas durante el mes de noviembre, las cuales tuvieron un total de 2.263.877M visualización, esta cifra no se agrega en el gráfico debido a que al ser mayor abarca gran parte de la figura.

**Gráfico n.º 13****Reacciones que tuvieron las noticias de nacionales**

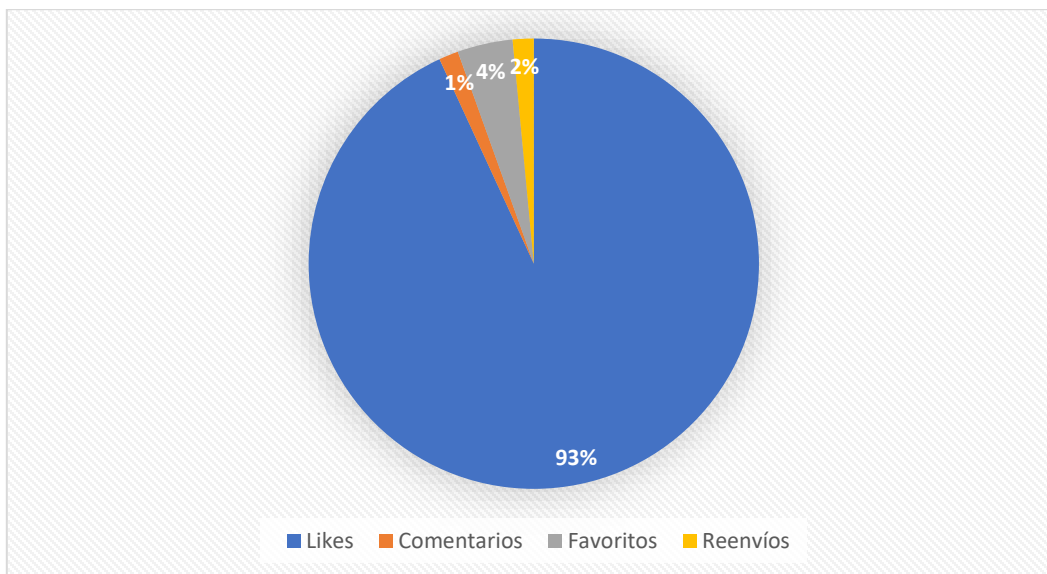
Fuente: Elaboración propia

En el presente gráfico se realizó un análisis sobre la interacción de público en las 8 noticias nacionales que fueron publicadas durante el mes de noviembre, las cuales tuvieron un total de 132.154K visualización, esta cifra no se agrega en el gráfico debido a que al ser mayor abarca gran parte de la figura.

**Gráfico n.º 14****Reacciones que tuvieron las noticias de entretenimiento**

Fuente: Elaboración propia

En el presente gráfico se realizó un análisis sobre la interacción de público en las 6 noticias de entretenimiento que fueron publicadas durante el mes de noviembre, las cuales tuvieron un total de 113.382K visualización, esta cifra no se agrega en el gráfico debido a que al ser mayor abarca gran parte de la figura.

**Gráfico n.º 15****Reacciones que tuvieron las noticias de Deportes**

Fuente: Elaboración propia

En el presente gráfico se realizó un análisis sobre la interacción de público en las 8 noticias de deportes que fueron publicadas durante el mes de noviembre, las cuales tuvieron un total de 387.346K visualización, esta cifra no se agrega en el gráfico debido a que al ser mayor abarca gran parte de la figura.

**Diciembre**

En la siguiente tabla se aprecian las noticias que fueron publicadas durante el mes de diciembre, además, se realizó un análisis sobre cómo fue el desenvolvimiento de las 8 publicaciones.

**Tabla n.º 4. Noticias publicadas durante el mes de diciembre 2022.**

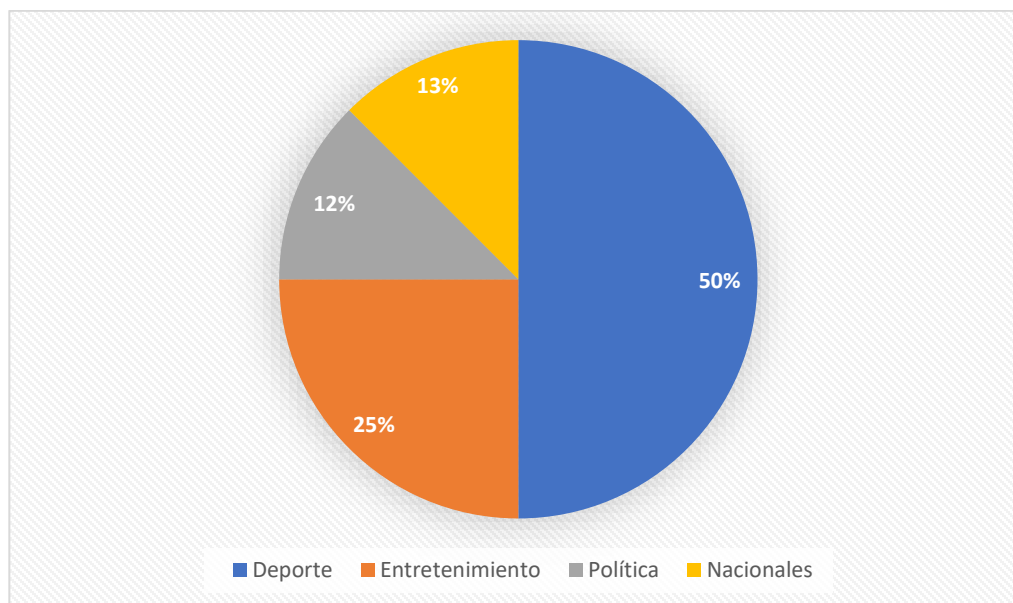
Título	Fecha	Tema	Like	Comentarios	Favoritos	Visualizaciones	Reenvíos
Navidad en San Ramón	4/12/2022	Entretenimiento	6	0	0	240	0
Cada pedacito del 18 de gordo en 6000	14/12/2022	Entretenimiento	2862	18	4	7542	13
Hijo de Bryan Ruiz juega en despedida	17/12/2022	Deporte	624	1	28	11,6k	31
Discurso de Mbappé	22/12/2022	Deporte	253	3	16	4883	10
Diputada encara a Jose María Figueres	22/12/2022	Política	48	1	1	1079	0
Toca el trofeo del Mundial	23/12/2022	Deporte	212	2	7	6183	5
Niegan entrada de madre a graduación	23/12/2022	Nacionales	514	18	12	7354	3
Francia pide repetir partido	23/12/2022	Deporte	270	8	13	12,9k	12

Fuente: Elaboración propia

## Gráficos de diciembre

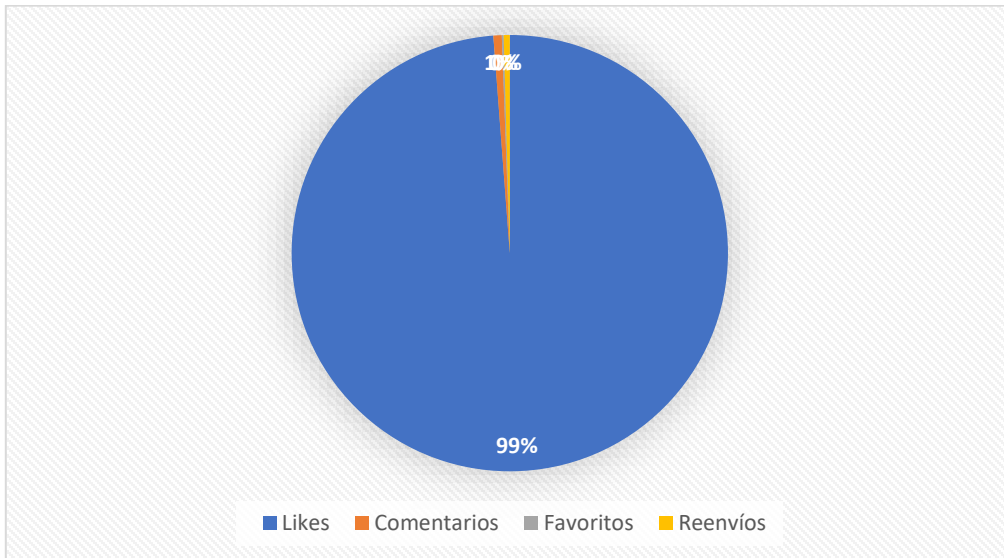
### Gráfico n.º 16

#### *Temas de las noticias*



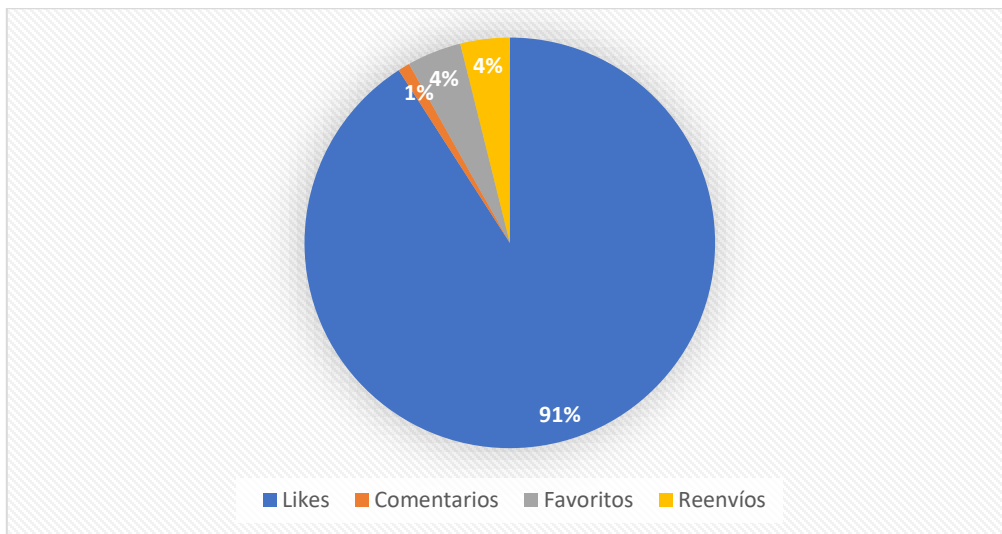
Fuente: Elaboración propia

En el presente gráfico se realizó un análisis sobre los temas que fueron publicados durante el mes de diciembre, en el cual se detalla que fueron sobre entretenimiento, política, nacionales y deportes.

**Gráfico n.º 17****Reacciones que tuvieron las noticias de entretenimiento**

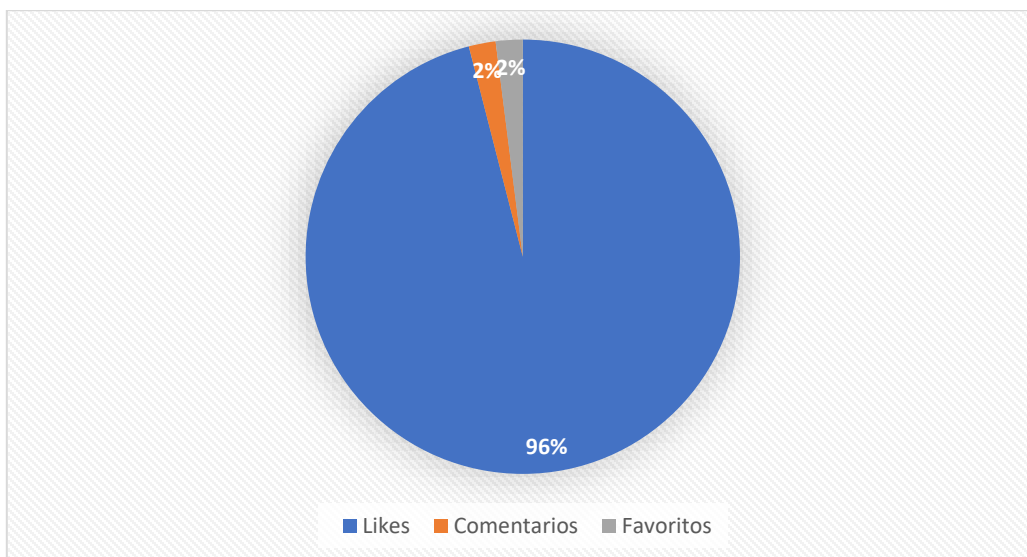
Fuente: Elaboración propia

En el presente gráfico se realizó un análisis sobre la interacción de público en las 2 noticias de entretenimiento que fueron publicadas durante el mes de diciembre, las cuales tuvieron un total de 7.782K visualización, esta cifra no se agrega en el gráfico debido a que al ser mayor abarca gran parte de la figura.

**Gráfico n.º 18****Reacciones que tuvieron las noticias de deportes**

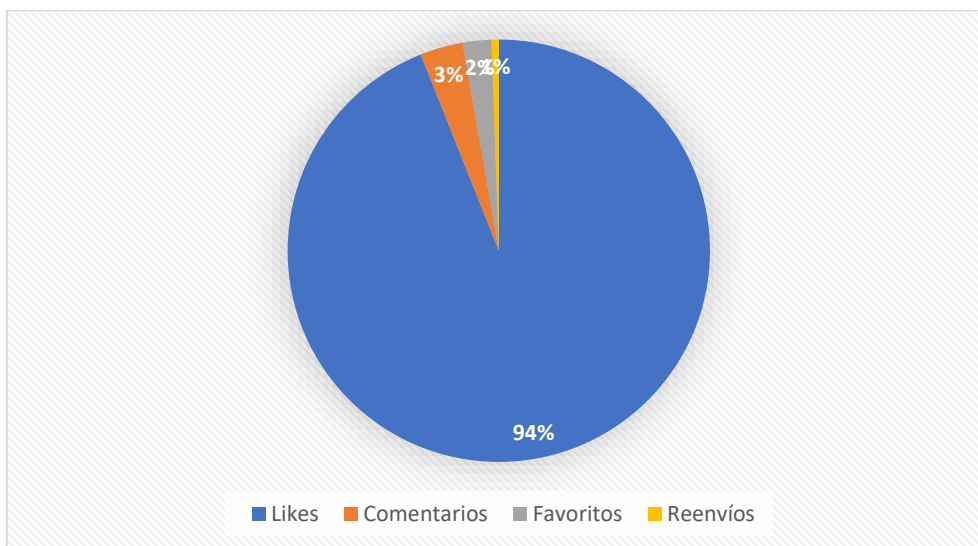
Fuente: Elaboración propia

En el presente gráfico se realizó un análisis sobre la interacción de público en las 4 noticias de deportes que fueron publicadas durante el mes de diciembre, las cuales tuvieron un total de 35.566K visualización, esta cifra no se agrega en el gráfico debido a que al ser mayor abarca gran parte de la figura.

**Gráfico n.º 19****Reacciones que tuvieron las noticias de política**

Fuente: Elaboración propia

En el presente gráfico se realizó un análisis sobre la interacción de público en la única noticia de política que fue publicada durante el mes de diciembre, las cuales tuvieron un total de 1079 visualización, esta cifra no se agrega en el gráfico debido a que al ser mayor abarca gran parte de la figura.

**Gráfico n.º 20****Reacciones que tuvieron las noticias de nacionales**

Fuente: Elaboración propia

En el presente gráfico se realizó un análisis sobre la interacción de público en la única noticia nacional que fue publicada durante el mes de diciembre, las cuales tuvieron un total de 7354 visualización, esta cifra no se agrega en el gráfico debido a que al ser mayor abarca gran parte de la figura.

**Suma de las variables**

En la siguiente tabla se observa la cantidad de reacciones por cada variable (*like*, comentarios, favoritos, visualizaciones y reenvíos) durante el tercer cuatrimestre, en el cual se realizó con una muestra de 94 publicaciones, donde se tomó en cuenta las que fueron subidas a partir del 12 de septiembre al 23 de diciembre. Además, durante el análisis se logra

investigación tuvieron gran cantidad de interacciones, tal como se aprecia en la siguiente tabla.

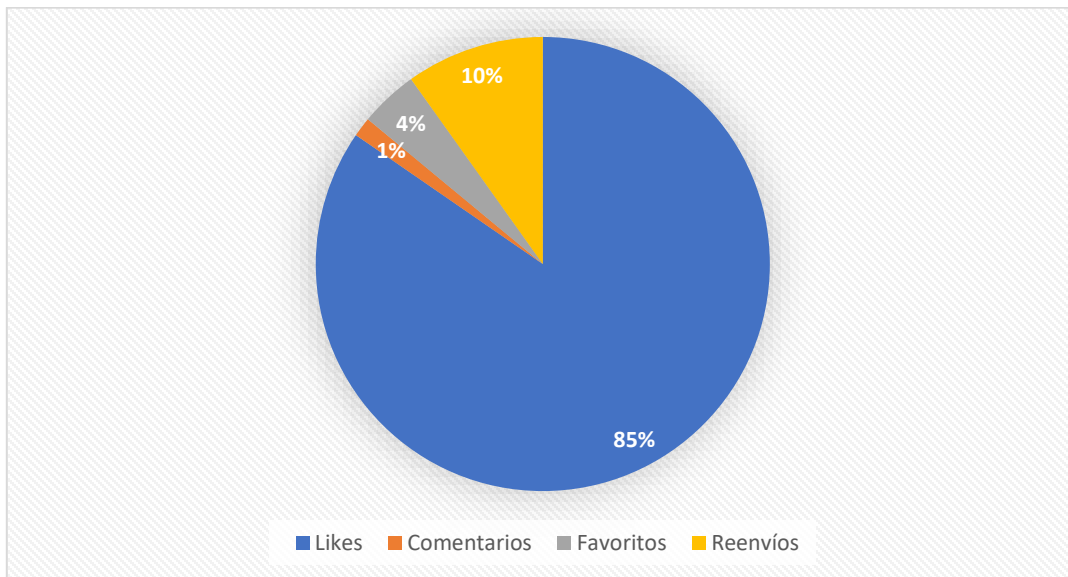
**Tabla n.º 5. Suma de las variables**

Resultados de las variables				
Likes	Comentarios	Favoritos	Visualizaciones	Reenvíos
459 623,00	7 574,00	22 492,00	15 084 041,00	53 540,00

Fuente: Elaboración propia

**Gráfico n.º 21**

**Gráfico de los resultados**



Fuente: Elaboración propia

En el presente gráfico se realizó un análisis sobre la interacción de público en las 94 publicaciones que fueron subidas a partir del 12 de septiembre al 23 de diciembre, las cuales tuvieron un total de 15 084 041 000 visualización, esta cifra no se agrega en el gráfico debido a que al ser mayor abarca gran parte de la figura.

## Comentarios generales

De acuerdo con el análisis realizado durante los meses de septiembre, octubre, noviembre y diciembre del 2022 se logra detectar que las publicaciones en la red social TikTok del medio de comunicación NCRNoticias cuentan con gran interacción del público, además, se aprecia que dicha plataforma ha logrado un crecimiento en el periodismo.

Por ello, se puede determinar que esta dicha red social está creando un camino junto con otros medios que lo han empezado a implementar para la difusión de contenido que no es de entretenimiento.

Algunas de las limitantes que se lograron determinar, es que en muchos casos las personas mantienen prejuicios sobre TikTok, ya que, piensan que solo publican noticias de entretenimiento y que eso puede atentar contra el periodismo de calidad, sin embargo, si nos detenemos a investigar se puede recalcar que en países como China se utiliza para enseñar debido a que lo consideran como una herramienta pedagógica.

Además, algunos de sus retos es que aún no se cuentan con la información en la cual se detalle que tipo de persona lo consume, ya que, la herramienta no cuenta con un analytics que determine la población que se encuentra presente en la red social.

También, se determina que la implementación de esta herramienta en vez atentar con el periodismo de calidad, este puede abrir paso a que se generen temas periodísticos, noticiosos y profundos en un medio que es catalogado de entretenimiento.

Otro reto importante consiste explicar a las personas el funcionamiento de TikTok, que actualmente en occidente se utiliza solo para el entretenimiento, sin embargo, el medio digital NCRNoticias lo utiliza con el objetivo de informar, por lo tanto, rompe esquemas y le da uso muy diferente con un valor más agregado.

## Entrevista

Para obtener información sobre la forma de trabajar del medio digital se realizó una entrevista al director de contenidos de NCRNoticias, el periodista Joao Gómez, en el que brindó datos importantes y estrategias que mantienen a futuro. A continuación, se muestran las preguntas y respuestas:

Preguntas al director de contenidos Joao Gómez

1. ¿En la plataforma TikTok se puede ver los fans destacados?

R/ No podemos ver los fans destacados

2. ¿Me habías comentado que las publicaciones por semana son aproximadamente 3, pero cual es la razón por la que en algunas ocasiones publican más de lo habitual?

R/ Cuando se publica más de lo habitual es porque hay un mejor flujo de noticias, ahorita en el 2023 vamos a iniciar por primera vez con una persona encargada para TikTok.

3. ¿Cuáles serían los motivos de ese cambio? ¿Han logrado notar un interés por parte de la población hacia la plataforma?

R/ Sin duda se está convirtiendo en la red de preferencia para entretenimiento de los usuarios y queremos explorarlo más aún.

4. ¿Ustedes iniciaron a realizar publicaciones desde que abren la red social o fue después? Ya que, su primera publicación fue en el 2020, no sé si la llegada de la pandemia tuvo al ver.

R/ La abrimos para revisar cómo funcionaba y un par de semanas después comenzamos a subir. Claro la pandemia ayudó mucho porque la gente estaba en la casa, entonces buscaban

diferentes opciones para mantenerse informados y fue donde encontramos en TikTok un aliado para llegar a más público.

5. ¿En qué año abren TikTok?

R/ 2019

6. ¿Según su opinión, qué noticias llaman con mayor frecuencia la atención de las personas? Yo estuve realizando un breve análisis sobre las primeras notas de septiembre y la parte de sucesos tenía muchos comentarios, sin embargo, no sé si siempre es igual

R/ Las noticias sobre inundaciones han sido las que se han movido más.

## **CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **Conclusiones**

Tras realizar un análisis al medio digital NCRNoticias en la plataforma TikTok se concluye que, en pocos años esta herramienta ha tomado mucha fuerza en internet, ya que, se muestra su potencial en los medios nacionales puesto que en el periodo analizado se mantiene en un constante crecimiento no solo en publicaciones, sino en visualizaciones e interacciones de un público que contribuye a hacer viral el periodismo informativo.

Gracias a la implementación de nuevas estrategias de parte del medio NCR Noticias se determina que esta red social mantiene un público constante e interactivo, sobre todo, en las noticias de sucesos, que son las que atraen al público de esta plataforma, lo cual es algo que genera impacto debido a que al ser una herramienta que se utiliza con frecuencia para entretenimiento, es sorprendente que las personas se informen por este medio, además, es un buen precedente para el periodismo que ha perdido consumidores en sus medios tradicionales.

Gracias a las investigaciones que se hicieron, en cada publicación se logra ver que durante los meses de octubre y noviembre las interacciones eran mayores en comparación a otros, y se debe a que los sucesos son lo que llama la atención del público y generan comentarios positivos y de solidaridad con las personas, también había comentarios negativos hacia las autoridades. Es una manera de que el periodismo vaya más allá de informar, le permite al público reaccionar, ser parte de la información y dar su punto de vista.

Cabe mencionar, algunas de las estrategias que mantiene el medio; la constancia en sus videos, los cuales son cortos y todos mantienen una buena imagen. Algo interesante que se logró obtener por medio de la entrevista, es que pretende darle el puesto a una sola persona,

la cuál sería el encargado de mantener activa la plataforma, ya que, su objetivo es implementarlo como una estrategia de crecimiento.

Uno de los beneficios que más llamó la atención es la facilidad para emitir noticias, además, ver el crecimiento que obtiene un medio de comunicación al incluirlo como emisor de información, también ver como una nota de corta duración puede dar un mensaje completo. El medio digital NCRNoticias mantiene un amplio público, ya que, la mayoría de sus publicaciones mantienen una buena interacción y con muchas visualizaciones.

Además, otro dato interesante que se logró visibilizar es el crecimiento que tuvo durante la llegada de la pandemia COVID-19 debido a que mayor cantidad de personas lo utilizaron para informarse. Esto se logra apreciar gracias a que el director de contenidos del medio dio a conocer que sus primeras publicaciones fueron durante el 2020, año donde esta epidemia inició. La plataforma puede convertirse en un medio de comunicación que prospera ante la falta de presencialidad, debido a que las personas permanecían la mayor parte del tiempo en casa y es ahí donde TikTok se vuelve una plataforma tradicional y aumenta sus descargas.

Dicho a lo anterior se procede a responder la pregunta de investigación, ¿Cómo ha evolucionado el medio digital NCRNoticias en la plataforma de TikTok, según las publicaciones realizadas durante el tercer cuatrimestre del 2022?

Durante el análisis realizado al medio de comunicación NCRNoticias en TikTok, se logró determinar que esta plataforma mantiene un crecimiento constante, además, fue impresionante ver como el público es muy activo porque brindan sus opiniones y se refleja el interés que muestran por cada publicación.

En las 94 publicaciones que fueron hechas durante el tercer cuatrimestre del 2022, sus visualizaciones superan 15 millones y sus likes eran más de 400 mil, por ello, es una plataforma que ha servido para brindar información a los usuarios de esta red social.

Cabe mencionar, que al público le ha llamado más la atención las noticias que se relacionan con algún suceso, lo cual fue interesante descubrir, debido a que se esperaba que fueran otro tipo de notas como las de entretenimiento.

Se concluye, que gracias a la investigación y análisis que se realizó a este medio digital, se logró demostrar en el ejemplo de NCR Noticias que Tik Tok es una la plataforma que brinda la posibilidad de ampliar el alcance de difusión y conectar con la audiencia, que manifiesta escaso interés por los contenidos que publican los medios de comunicación tradicionales en otro tipo de canales.

## **Recomendaciones**

Algunas de las recomendaciones que se le puede brindar al medio digital, es tener mayor interacción con las personas y responder sus dudas, ya que, al inicio de las publicaciones había respuestas por parte del medio, sin embargo, conforme avanzaban la cantidad de notas publicadas se reducía esa capacidad de interacciones, por ende, es importante recordar que no se debe perder al público.

Otro dato importante, es que el medio debe mantener una persona encargada de la plataforma, debido a que esta necesita ser monitoreada por alguien para que verifique su crecimiento y que pueda mantener publicaciones constantes.

Una recomendación que se puede ofrecer a los medios de comunicación que desean incursionar en esta plataforma, es que deben ser constantes y mantenerse activos con las personas que consumen su contenido, también que deben tener cuidado con las publicaciones que realizan, ya que, al ser una red social que usualmente es utilizada para el entretenimiento, deben mantener es mismo profesionalismo que utilizan un periódico o canal de televisión.

Además, se recomienda a la universidad brindar información constante sobre el desempeño del periodismo con estas herramientas digitales, debido a que han empezado a

crecer y se puede incentivar a otros medios de comunicación para que las incluyan y continúe en constante crecimiento. Ya que, puede ser de gran ayuda para que estudiantes de periodismo las utilicen para la creación de nuevos medios en diversas provincias o cantones, lo cuál sería de gran ayuda para mantener informada a la población.



- Figueiras, S. (2022). ¿Qué es el Internet? Ceupe.mx. <https://www.ceupe.mx/blog/que-es-el-internet.html>
- Fingermann, H. (2021). Concepto de beneficio. Deconceptos. <https://deconceptos.com/ciencias-sociales/beneficio>
- Gallardo, R. (2022). 10 ventajas y desventajas de las Redes Sociales. Aprendamosmarketing. <https://aprendamosmarketing.com/ventajas-y-desventajas-de-las-redes-sociales/>
- Giraldo, V. (2019). Plataformas digitales: ¿qué son y qué tipos existen? Rock Content - ES. <https://rockcontent.com/es/blog/plataformas-digitales/>
- Gomes, F. (2019). Medios digitales: descubre qué son y cómo gestionarlos para generar resultados en una estrategia de mercadotecnia. Rockcontent. <https://rockcontent.com/es/blog/medios-digitales/>
- Guerrero, C y Castro, R (2022). TikTok como herramienta para el periodismo alternativo: caso de estudio Ac2ality en Español. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/17767/1/T-UCSG-PRE-FIL-CSS-299.pdf>
- Hernández, R. (2018). Metodología de Investigación. <file:///C:/Users/nl340/Downloads/Metodologia%20de%20la%20investigacio%CC%81n%205ta%20Edicio%CC%81n.pdf>
- Instituto Europeo de Periodismo y Comunicación. (2021). ¿Cuántos tipos de noticias existen?. Ieperiodismo. <https://ieperiodismo.com/tipos-noticias/>
- La Universidad en Internet. (s.f). Medios digitales: guía práctica para sacarles el mejor provecho. Unir. <https://www.unir.net/humanidades/revista/medios-digitales/>
- Llonch, E. (2021). ¿Qué son las redes sociales y cuáles son las más importantes?. Cyberclick. <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/que-son-las-redes-sociales-y-cuales-son-las-mas-importantes>
- Loría, D y Rojas, N. (2020). Análisis sobre la migración de los medios impresos a los medios informativos digitales del Grupo Nación, en hombres y mujeres de 20 a 34 años del 2012 hasta el 2018 y Propuesta de Comunicación y Mercadeo para lanzamiento de un Medio Periodístico Digital en San José para el II semestre del 2021”. UNIVERSIDAD LATINA. [https://repositorio.ulatina.ac.cr/bitstream/20.500.12411/407/1/TFG\\_Ulatina\\_Dazyani\\_Loria\\_Saborio.pdf](https://repositorio.ulatina.ac.cr/bitstream/20.500.12411/407/1/TFG_Ulatina_Dazyani_Loria_Saborio.pdf)
- Martín, S. (s.f). ¿Qué es TikTok, cómo funciona y por qué es importante en tu estrategia?. Webescuela. <https://webescuela.com/que-es-tiktok/>

- Martínez, A. (2022). Periodismo. ConceptoDefinicion.de. <https://conceptoDefinicion.de/periodismo/>
- Mora, C. (2017). Migración, adaptación y estado actual del periodismo literario multimedia en Costa Rica. UNIVERSIDAD DE COSTA RICA. <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/bitstream/123456789/6508/1/40924.pdf>
- Morales, A. (2019). Qué es la comunicación: elementos, tipos y ejemplos de comunicación. Toda Materia. <https://www.todamateria.com/que-es-la-comunicacion/>
- Newberry, C. (2021). 23 beneficios de las redes sociales para empresas. Hootsuite. <https://blog.hootsuite.com/es/redes-sociales-para-empresas/>
- Peiró, R. (2020). Comunicación. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/comunicacion.html>
- Peiró, R. (2020). Medios de comunicación. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/medios-de-comunicacion.html>
- Peiró, R. (2020). Tipos de comunicación. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-comunicacion.html>
- Pérez, J y Merino, M (2021). Definición de periodismo. Definición.de. <https://definicion.de/periodismo/>
- Pérez, J. (2021). DEFINICIÓN DE SUCESO. Definición.de. <https://definicion.de/suceso/#:~:text=Se%20define%20como%20suceso%20a,desencadena%20posee%20una%20cierta%20trascendencia.>
- Pérez, J. (2023). DEFINICIÓN DE FARÁNDULA. Definición.de. <https://definicion.de/farandula/#:~:text=El%20entretenimiento%20que%20brindan%20las,y%20sus%20secretos%20m%C3%A1s%20oscuros.>
- Pouplana, T. (2022). Estrategias de comunicación: qué son y 10 ejemplos. Cyberclick. <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategias-de-comunicacion-que-son-y-ejemplos>
- Prada, P. (s.f). Estrategia, significado: definiciones y conceptos. Gurux. <https://www.elgurux.com/estrategia-definiciones.html>
- Ribas, N. (2022). Noticia. Ejemplos. <https://www.ejemplos.co/noticia/>
- Rodríguez, D. (2022). Noticia. ConceptoDefinicion. <https://conceptoDefinicion.de/noticia/>
- Rodríguez, V. (2022). Tipos de Periodismo: Clasificación, Funciones y Ejemplos de todas las ramas del periodismo. Cinco Noticias. <https://www.cinconoticias.com/tipos-de-periodismo/>

- Romero, R (2021). Información y redes sociales: análisis de los contenidos informativos de las televisiones españolas en TikTok. Universidad de Valladolid. [https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/51688/TFG\\_F\\_2021\\_221.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/51688/TFG_F_2021_221.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ronda, G. (2021). Estrategia. Qué es, origen, definición según autores, tipos. Gestipolis. <https://www.gestipolis.com/un-concepto-de-estrategia/#:~:text=%C2%ABLas%20estrategias%20son%20programas%20general es,Koontz.>
- Ros, L. (2020). ¿Qué es TikTok? La Vanguardia, <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20200928/483653114820/que-es-tik-tok.html>
- Sánchez, P (2022). El uso de TikTok por parte de los medios de comunicación españoles. UNIVERSIDAD FRANCISCO DE VITORIA. <http://ddfv.ufv.es/bitstream/handle/10641/3060/11%20El%20uso%20de%20TikTok...%20Paula%20S%C3%A1nchez.pdf?sequence=1>
- Sordo, A. (2023). Estrategias de comunicación: qué son, tipos y ejemplos. Hubspot. <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-comunicacion>
- TECH Universidad Tecnológica. (s.f). El periodismo de sucesos. Techtitute. <https://www.techtitute.com/cr/periodismo-comunicacion/blog/periodismo-sucesos#:~:text=El%20periodismo%20de%20sucesos%20brinda,ocurren%20en%20un%20panorama%20actual.&text=El%20periodismo%20de%20sucesos%20es,comunica%20por%20comunicar%20hechos%20informativos.>
- Thompson, I. (2022). DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN. Promonegocios.net. <https://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html#:~:text=Definici%C3%B3n%20de%20Comunicaci%C3%B3n%20seg%C3%BAn%20diversos%20autores%3A&text=Seg%C3%BAn%20Stanton%20Etzel%20y%20Walker,la%20capte%22%20%5B2%5D>
- Universidad Latina de Costa Rica. (2020). ¿Qué es el periodismo y cómo se clasifica? Ulatina.ac.cr. <https://www.ulatina.ac.cr/blog/qu%C3%A9-es-el-periodismo-y-como-se-clasifica#:~:text=Informativo%3A%20este%20tiene%20como%20objetivo,mucho%20ejercer%20juicios%20de%20valor>
- Villamil, V. (2022). Medios de comunicación digital: ¿Cuál es mejor para ti?. Netbangers. <https://www.netbangers.com/blog/medios-de-comunicacion->

[digital/#:~:text=TIPOS%20DE%20MEDIOS%20DE%20COMUNICACI%C3%93N,de%20streaming%20y%20los%20videojuegos](#)

Villanueva, D (2018). Análisis sobre los cambios digitales y el declive de la prensa papel en Europa y su influencia en la configuración de negocios basados en nuevos hábitos de consumo de noticias: el caso España. UNIVERSIDAD NACIONAL. <https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/15231/TESIS%20FINAL%20DJENANE%20VILLANUEVA%2013%20de%20febrero%202019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Westreicher, G. (2022). Estrategia. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html>

White, S. (2022). Clasificación de las herramientas digitales. Filosofía. <https://filosofia.co/consulta/clasificacion-de-las-herramientas-digitales/>