

**UNIVERSIDAD DE PANAMÁ  
VICERRECTORIA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
PROGRAMA DE MAESTRÍA PERIODISMO DIGITAL**

**CREACIÓN DE LA RED SOCIAL TIK TOK PARA AUMENTAR LA  
CANTIDAD DE SEGUIDORES DEL PERIÓDICO DIGITAL DUMAS  
INFORMA**

**POR:**

**Rigoberto Dumas Castillero Rodríguez**

**Proyecto de intervención presentado como requisito para optar  
al grado de maestro en Periodismo Digital**

**Panamá, República de Panamá**

**2025**

**TABLA DE CONTENIDO****Páginas**

<b>PORTADA .....</b>	<b>i</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>v</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>vii</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ix</b>
<b>CAPITULO I: ASPECTOS GENERALES DE LA</b>	
<b>INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>10</b>
1.1 Antecedentes .....	11
1.2 Planteamiento del problema .....	12
1.3 Objetivos de la Investigación .....	13
1.3.1 Objetivos generales .....	14
1.3.2 Objetivos específicos .....	14
1.4 Pregunta de la investigación .....	14
1.5 Marco Metodológico .....	14
1.5.1 Tipo de Investigación .....	14
1.5.2 Hipótesis .....	15
1.5.2.1 Variable Dependiente .....	15
1.5.2.2 Variable Independiente .....	15
1.5.3 Fuentes de Información .....	15
1.5.4 Población y Muestra .....	16
1.5.4.1 Población .....	16
1.5.4.2 Muestra .....	16
1.5.5 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos .....	17
1.5.5.1 Técnicas .....	18
1.5.5.2 Instrumentos de Recolección de Datos .....	18
1.6 Limitaciones .....	18
1.7 Delimitaciones .....	18

1.8 Metodología .....	18
1.9 Cronograma de Actividades .....	19
1.10 Programación Financiera .....	19
1.11 Justificación .....	20
<b>CAPITULO II MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>22</b>
2.1 Antecedentes de la internet .....	23
2.1.1 Aparición de los medios digitales .....	23
2.2. Inicio de las redes sociales .....	24
2.2.3 Creación de la plataforma Tik Tok .....	25
2.3. Recursos y publicaciones del Tik Tok .....	26
2.4 Qué es el periodismo digital .....	28
2.4.1 Medios de comunicación digital en el mundo y Panamá .....	30
2.4.2 Medios digitales en Panamá .....	32
2.4.3 Funciones del periodismo digital .....	33
2.5 Pasos para la creación de un periodismo digital .....	34
2.5.1 Periodismo y emprendimiento .....	35
2.5.2 Cómo elaborar un periodismo de emprendimiento digital .....	37
 <b>CAPITULO III PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACION .....</b>	 <b>40</b>
3. Presentación y análisis de los resultados .....	41
3.1 Análisis de los resultados .....	41
<b>CAPITULO IV PROPUESTA DE CREACIÓN DE LA RED SOCIAL TIK TOK PARA AUMENTAR LA CANTIDAD DE SEGUIDORES DEL PERIÓDICO DIGITAL DUMAS INFORMA .....</b>	  <b>50</b>
4.1 Naturaleza de la Propuesta .....	51
4.2 Análisis de la Situación Actual .....	51
4.2.1. Crecimiento exponencial de usuarios .....	51
4.3 Objetivos de la Propuesta .....	51
4.4.1 Creación de la cuenta oficial .....	52

4.4.2 Diseño de un perfil atractivo con logo, biografía clara y enlace al sitio web.....	52
4.4.3 Tipos de contenido .....	52
4.4.4 Noticias rápidas .....	52
4.4.5 Datos curiosos .....	53
4.4.6 Detrás de cámaras .....	53
4.4.7 Tendencias y retos .....	53
4.4.8 Interacción con la audiencia .....	53
4.4.9 Frecuencia de publicación .....	54
4.5. Recursos Necesarios .....	55
4.5.4 Campañas publicitarias en TikTok Ads .....	55
4.5.5 Promoción de videos para llegar a nuevas audiencias .....	55
4.6 Anuncios dirigidos a usuarios interesados en noticias y tema de actualidad .....	55
<b>Conclusiones .....</b>	<b>55</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>57</b>
<b>Glosario .....</b>	<b>58</b>
<b>Referencias bibliográficas .....</b>	<b>60</b>
<b>Anexo .....</b>	<b>63</b>

## DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a todos los profesores que nos impartieron sus conocimientos en el desarrollo de esta maestría, en especial a mi profesora y colega Elizabeth Arona, quien fue un pilar importante para terminar este trabajo en el tiempo requerido. Igualmente, a todos mis compañeros de clases, quienes son unas excelentes personas.

## AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer en primer lugar a Dios, nuestro señor por concederme terminar esta maestría en Periodismo Digital que constituye un paso importante en mi desarrollo profesional y sobre todo a mi familia por comprender que con los sacrificios y esfuerzos que hagamos, al final tendremos logros positivos en nuestras vidas.

Muchas gracias

## INTRODUCCIÓN

El siguiente proyecto de intervención busca como objetivo principal promocionar y que se dé a conocer el sitio web [www.dumasinforma.com](http://www.dumasinforma.com) y utilizar la plataforma Tik Tok para lograr este fin.

### **El trabajo CREACIÓN DE LA RED SOCIAL TIK TOK PARA AUMENTAR LA CANTIDAD DE SEGUIDORES DEL PERIÓDICO DIGITAL DUMAS INFORMA**

La investigación está dividida en cuatro capítulos, donde se hace todo un análisis investigativo del uso de la plataforma Tik Tok, que en su momento se utilizaba para esparcimiento, pero ahora se ha diversificado y tiene un espacio importante en las noticias.

En el primer capítulo primero se aborda el estudio metodológico ineludible para cualquier trabajo científico. El capítulo se explica por sí; el fortalecimiento del planteamiento del problema, la justificación del trabajo, los objetivos que se persiguen en la investigación, las limitaciones y proyecciones del estudio.

En el segundo capítulo se hace una narrativa de los inicios de la internet y sobre todo la aparición de las redes sociales. La historia de la creación del sitio web, el uso de las plataformas sociales como Instagram, Facebook, entre otras, y la utilización del Tik Tok, para lograr un espacio dentro de la misma y que se expanda el número de seguidores de Dumas Informa. De cómo se han ido relegando algunas y otras aumentan día a día su beligerancia dentro de los usuarios que la utilizan.

En el tercer capítulo se desarrolla el modelo de investigación con la aplicación de una encuesta que contiene 12 preguntas que sirvió para conocer qué preferencias tienen los usuarios del Tik Tok, el material que les gusta consumir, si conocen la cuenta de Dumas Informa y qué tipo de noticias buscan.

En el capítulo cuarto se plantean aspectos importantes acerca de la misma investigación, de acuerdo con lo realizado, cómo se llevó a cabo y cuáles son las expectativas que tienen los usuarios de la red social Tik Tok.

Finalmente, la investigación de intervención presenta conclusiones, recomendaciones, una amplia referencia bibliográfica especializada y algunos anexos que complementan al estudio.

## RESUMEN EJECUTIVO

En este proyecto de intervención trabajó en el fortalecimiento del periódico digital [www.dumasinforma.com](http://www.dumasinforma.com) en cuanto a aumentar la audiencia y seguidores. Si bien es cierto, los medios electrónicos utilizan diferentes plataformas sociales para llegar a este fin.

Se cuenta con redes como Instagram, Facebook X y YouTube, entre otros.

También se hizo una propuesta para utilizar para estos fines la plataforma Tik Tok. Esta día a día ha aumentado su radio de acción a nivel mundial y se ha convertido en una de las favoritas por parte de diferentes sectores de la población.

Para ello, se elaboró una estrategia de comunicación con la finalidad de lograr el objetivo planteado.

En este se experimentó que la audiencia puede aumentar a través del Tik Tok, debido a que se trata de la utilización de una red a nivel mundial que tiene un público objetivo que se concentra una gran cantidad de usuarios jóvenes y adultos, quienes son cada vez más los consumidores de noticias y contenidos informativos.

Se constató que en esta plataforma se debe presentar un formato atractivo que permita a través de fotos o videos presentar las noticias de manera más atractiva y entretenida para captar la atención de una nueva generación.

Según lo analizado, la plataforma de TikTok fomenta la interacción entre creadores y audiencia, lo cual permitirá a Dumas Informa construir una comunidad más sólida y recibir retroalimentación directa.

Palabras claves: Tik Tok, redes sociales, página web, periodismo digital, noticias

## ABSTRACT

This intervention project focused on strengthening the digital newspaper [www.dumasinforma.com](http://www.dumasinforma.com) by increasing its audience and followers. While electronic media often rely on various social platforms to achieve this goal, we utilized networks such as Instagram, Facebook, X, and YouTube, among others.

As part of this effort, we proposed leveraging TikTok, a platform that has significantly expanded its global reach and become a favorite among various population segments. To this end, we developed a communication strategy using TikTok to achieve our outlined objectives.

Through this work, we identified TikTok as a powerful tool to increase our audience due to its global presence and its ability to engage a large number of young and adult users, who are increasingly consuming news and informational content.

We also found that TikTok requires content to be presented in an engaging format. Utilizing photos and videos to deliver news in an attractive and entertaining way is key to capturing the attention of a new generation.

Our analysis revealed that TikTok fosters interaction between creators and their audience, which can help Dumas Informa build a stronger community and receive direct feedback.

**Keywords:** TikTok, social media, website, digital journalism, news.

**CAPÍTULO I**  
**ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN**

## 1.1 Antecedentes

En el mes de septiembre de 2019, el comunicador Rigoberto Dumas Castellero, de amplia experiencia en el periodismo panameño, decide hacer el emprendimiento con la creación de una plataforma digital de noticias y crea el medio [www.riducaonline.com](http://www.riducaonline.com)

WEB (World Wide Web, o [www](http://www)), es un conjunto de documentos (webs) interconectados por enlaces de hipertexto, disponibles en Internet que se pueden comunicar a través de la tecnología digital. Se entiende por “hipertexto” la mezcla de textos, gráficos y archivos de todo tipo, en un mismo documento. (Ariño, 2018)

Se trata de una plataforma informativa con la incorporación de diferentes buscadores dentro de su web donde se escribían noticias del acontecer nacional, internacional, científico, cultural, espectáculo y multimedia.

Para ser más explícito, el botón Nacionales, tiene que ver con la publicación de noticias relacionadas con Panamá, o sea todo lo que se da en el país. Luego está la sección “Bienestar” que se refiere a informaciones de tipo positivo, que impactan en la comunidad y donde se realzan los logros de determinadas personas, instituciones o grupos organizados.

“Ingenio” tiene relación con noticias de carácter científico y de temas de salud. “Cultura” es un espacio dedicado a exaltar como lo dice su nombre los temas de lectura, conocimiento y matices culturales.

“Farándula” enlaza toda la parte del espectáculo, artistas donde se habla de su vida y de temas actuales del mundo de las artes.

La sección de “multimedia” es donde aparecen los enlaces de todos los videos que aparecen en las redes sociales, especialmente en la plataforma de YouTube.

Finalmente, la parte de “Mundo” que está relacionado con las noticias de carácter internacional.

Este medio de comunicación, para atraer más seguidores hizo uso de las redes sociales donde se publica un extracto de la información para que los lectores puedan conocer de manera completa la noticia al ingresar a la página web [www.riducaonline.com](http://www.riducaonline.com)

La estrategia utilizada era el uso de redes como el Facebook, Instagram, Twitter y YouTube.

Es inminente el crecimiento de las redes sociales en la era digital; son los medios de comunicación más utilizados por las personas para mantener relaciones las unas con las otras, además de ser utilizadas para entretenimiento propio (Durango, 2014)

Con el uso de estas, la web logró mayor alcance para darse a conocer a los cibernautas. Sin embargo, el nombre [www.riducaonline.com](http://www.riducaonline.com) no tuvo a juicio del periodista Rigoberto Dumas Castellero un enganche en sus seguidores y se decide cambiar el mismo como una estrategia de marketing.

Entonces se decide personalizar el medio y da como resultado [www.dumasinforma.com](http://www.dumasinforma.com). Afortunadamente se nota el impacto del aumento de seguidores en la web y las redes sociales.

El tratamiento que se utiliza es publicar solo una parte de la noticia, como si fuera un gancho que trate de cautivar al público para que finalmente ingresen a la web.

En Panamá hay una proliferación de diferentes periódicos digitales que ofrecen diferentes temas a los lectores que van desde política, económica, deportiva y cultural.

Algunos son especializados sobre un tema en particular, el caso de Dumas Informa recoge la mayoría de estas informaciones para que el público tenga de primera mano una diversidad de temas para enterarse.

## **1.2 Planteamiento del Problema**

La plataforma noticiosa [www.dumasinforma.com](http://www.dumasinforma.com) avanza en estos momentos y se abre paso en los medios digitales como una alternativa para los cibernautas que buscan información de primera mano para estar bien informados.

A pesar de que muchos de los seguidores llegan de manera orgánica a visitar la web, en muchas de las ocasiones se utilizan las redes sociales como un medio de apoyo y referencia para esa tarea. (Arias González, 2009)

Este periódico digital cuenta para esos fines con otras redes sociales como Instagram que tiene a nivel mundial unos mil doscientos seguidores activos de manera mensual. El Facebook cuenta con dos mil novecientos sesenta millones mensuales. El Twitter dos

mil novecientos cincuenta y ocho millones. La plataforma YouTube, con dos mil quinientos catorce.

La plataforma de Tik Tok va aumentando significativamente con mil 52 millones de seguidores.

Si bien es cierto cada red social cuenta con un grupo determinado de seguidores, la idea fundamental es que cada medio de comunicación cuente con usuarios de todas las redes para diversificar su audiencia.

Tomando en consideración lo anterior, es necesario que la plataforma [www.dumasinforma.com](http://www.dumasinforma.com) pueda llegar a los usuarios de esta red que cada día van en aumento y por ello se debe aprovechar esa oportunidad, por lo cual nos preguntamos lo siguiente:

¿Conoce la red social Tik Tok?

¿Cree que con esta plataforma se aumentarían los seguidores del periódico digital Dumas Informa?

¿Conoce el periódico digital Dumas Informa?

De acuerdo con estos planteamientos descritos, se considera oportuno realizar este proyecto de intervención con el título "Creación de la red social Tik Tok para aumentar la cantidad de seguidores del periódico digital Dumas Informa" con la finalidad de lograr lo planteado.

### **1.3 Objetivos de la investigación**

Este trabajo de intervención tiene como norte que la plataforma [www.dumasinforma.com](http://www.dumasinforma.com) logre aumentar la cantidad de seguidores y se pueda dar a conocer en el público como un medio de comunicación libre e independiente. Donde se escriban las noticias sin ningún tipo de subjetividad para beneficio del lector y con el uso de la red social Tik Tok se puede lograr este objetivo.

Es por ello por lo que los objetivos son los propósitos del estudio, expresan el fin que pretende alcanzarse; por lo tanto, todo el desarrollo del trabajo de investigación se orientará a lograr estos objetivos. (Cruz, 2018).

### **1.3.1 Objetivo general**

Crear el uso del Tik Tok en el periódico digital Dumas Informa para aumentar los seguidores.

### **1.3.2 Objetivos específicos**

- ° Demostrar si la incorporación del uso del Tik Tok en la plataforma Dumas Informa ayudara al aumento de más seguidores.
- ° Implementar la red social en Tik tok para el periódico Dumas Informa.
- ° Comparar el antes y después con el uso del tik tok si se ha logrado el aumento de la audiencia a través de esta red.

### **1.4 Pregunta de la investigación**

La pregunta de investigación ha de ser congruente con la metodología que se propone en un estudio y esta pregunta refleja el paradigma en el que el investigador está situado. (Cuesta Benjumea, 2008)

Por lo anterior, la pregunta de Investigación es:

¿Puede el uso del tik tok aumentar la audiencia en la plataforma de noticias Dumas Informa?

### **1.5 Marco metodológico**

Se tomarán algunos pasos específicos en este proyecto de intervención con la finalidad de obtener la información, mientras se realiza todo el desarrollo del tema objeto de estudio, es decir, analizar la importancia de la red social Tik Tok.

La formulación del marco metodológico en una investigación es permitir, descubrir los supuestos del estudio para reconstruir datos, a partir de conceptos teóricos habitualmente operacionalizados. Significa detallar cada aspecto seleccionado para desarrollar dentro del proyecto de investigación que deben ser justificado por el investigador. (Azüero, 2019)

#### **1.5.1 Tipo de investigación**

Las investigaciones se originan en ideas, sin importar qué tipo de paradigma fundamente el estudio, ni el enfoque que se habrá de seguir. Para iniciar una investigación siempre se necesita una idea; todavía no se conoce el sustituto de una buena idea.

Las ideas constituyen el primer acercamiento a la "realidad" que habrá de investigarse (desde la perspectiva cuantitativa), o a los fenómenos, eventos y ambientes para estudiar (desde la perspectiva cualitativa). (Hernández Sampieri & Fernández Collado, 2004)

Esta investigación será de carácter exploratorio porque se va a explorar una red social con muchos seguidores y el problema no está claramente definido.

Además, va a ser descriptiva: Se va a describir de manera detallada cómo avanza la investigación.

### **1.5.2 Hipótesis**

Ante la presencia de cualquier problema o incógnita, toda persona está en capacidad de suponer, sospechar y de buscar probables explicaciones. Tales conjeturas se denominan hipótesis. (Arias, 1997)

En base a lo anterior, se tiene como hipótesis: "Con la creación y uso de la red social tik tok se podría aumentar los seguidores".

#### **1.5.2.1 Variable dependiente**

La variable dependiente sería Tik tok porque es la red que debe ayudar al periódico digital Dumas Informa a aumentar seguidores.

#### **1.5.2.2 q**

### **1.5.3 Fuentes de información**

Las fuentes de información son instrumentos para el conocimiento, acceso y búsqueda de la información, su objetivo principal es el de buscar, fijar y difundir la fuente de información implícita en cualquier soporte físico, estas se pueden catalogar desde diferentes perspectivas, sin embargo, cada autor puede elaborar su propia clasificación dependiendo su grado de información. (Cruz García, 2019)

Es la forma en que se va a buscar la información y puede ser a través de periódicos, libros especializados, fuentes primarias y secundarias, web, etc.

### **1.5.4 Población y muestra**

La población es el conjunto de datos de los cuales se ocupa un determinado estudio estadístico y está íntimamente ligado a lo que se pretende estudiar y la muestra estadística es una parte de la población, o sea, un número de individuos u objetos seleccionados científicamente, cada uno de los cuales es un elemento del universo. (González & Salazar, 2008)

#### 1.5.4.1 Población

La población para realizar este trabajo de intervención serán personas que van desde los 18 a 49 años o más. Serán usuarios de la plataforma Tik Tok.

Se trata de aproximadamente 200 personas quienes serán contactadas a través de sus contactos telefónicos en la lista de WhatsApp.

#### 1.5.4.2 Muestra

Fórmula de población y de muestreo:

$$n = \frac{Z^2 * (p * q)}{E^2}$$

E2

$$n = \frac{Z^2 * (p * q)}{E^2}$$

E2

Donde:

n = tamaño requerido de la muestra.

Z = Nivel de confianza.

e = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción).

p = proporción de la población con características deseadas (éxito).

q = probabilidad de fracaso.

N= Tamaño de población.

Debido a la naturaleza de la investigación y la de ciertas limitantes, como lo son el tiempo y recursos, se procedió a escoger un 95% de confianza, con un margen de error del 5% y una probabilidad de éxito del 50%. Reuniendo estos datos en la ecuación se obtiene el tamaño de muestra descrito con anterioridad.

Margen de error: 5%

Nivel de confianzas: 95%

Tamaño de población: \_\_200\_\_

Tamo de muestra: \_133\_

Fórmula:

$N = \frac{Z^2 A^2 (p \cdot q)}{e^2}$

$N = \frac{1.96^2 \cdot 0.5^2 \cdot 0.5}{0.05^2}$

N

### **1.5.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Cuando se realiza un trabajo de investigación, es necesario considerar los métodos, las técnicas e instrumentos como aquellos elementos que aseguran el hecho empírico de la investigación, donde el método representa el camino a seguir en la investigación, las técnicas constituyen el conjunto de instrumentos en el cual se efectúa el método, mientras que el instrumento incorpora el recurso o medio que ayuda a realizar la investigación, además el uso de técnicas de recolección de información es una etapa donde se inspecciona y se transforman los datos con el objetivo de resaltar información útil, lo que sugiere conclusiones y apoyo a la toma de decisiones. (Hernández & Ávila, 2020)

#### **1.5.5.1 Técnicas**

La técnica para utilizar en esta investigación será la presentación de una encuesta dirigida a los estudiantes de la facultad de Comunicación Social.

#### **1.5.5.2 Instrumentos de recolección de datos**

Esta investigación se va a formular a través de un cuestionario de preguntas cerradas, las cuales permitirán extraer los resultados al final para la investigación. Se hará un cuestionario con alrededor de unas 12 preguntas que al final servirán para la apertura de la red social Tik Tok y utilizados en la plataforma web de Dumas Informa.

#### **1.6 Limitaciones**

En las limitaciones uno de los factores importantes es la falta de los adecuados recursos económicos para realizar la investigación, así como las limitantes tiempo disponible, el uso de libros especializados y que se pueda dar el cumplimiento para la aplicación de las encuestas a los estudiantes junto a reuniones con especialistas que manejen el tema.

#### **1.7 Delimitaciones**

Esta investigación va a tener como cobertura un aproximado de 133 personas a quienes se les enviara una encuesta a través de correos electrónicos y contactos de Whatsapp.

#### **1.8 Metodología**

En este proyecto de intervención se tomaron varios pasos específicos para lograr la información en el desarrollo del tema de estudio, que va desde la búsqueda de los elementos teóricos, una metodología de observación, la realización de una matriz, búsqueda de libros y material bibliográfico en el internet, conversaciones con especialistas y el ordenamiento de todo el material para posteriormente definir la población, la elaboración del instrumento y su consecutivo desarrollo de todos los datos investigados para la elaboración de un informe.

#### **1.9 Cronograma de actividades.**

Actividades/tiempo	Noviembre		diciembre		enero		febrero		marzo		abril		mayo	
	1-15	16-30	1-15	16-31	1-15	16-30	1-15	16-30	1-15	15-31	1-15	16-30	1-15	16-30
Revisión bibliográfica	■	■												
Diseño de la investigación			■	■										
Elaboración de instrumento					■	■								
Revisión de instrumento							■	■						
Validación del instrumento									■	■				
Aplicación del instrumento											■	■		
Tabulación del instrumento												■	■	
Análisis de información													■	■

Actividades/tiempo	julio		agosto		septiembre		octubre		noviembre	
	1-15	16-30	1-15	16-30	1-15	15-31	1-15	16-30	1-15	16-31
Revisión del borrador	■	■	■							
Revisión, correcciones y ajustes			■	■	■					
Elaboración del informe final					■	■	■			
Sustentación								■	■	

### 1.10 Programación financiera

- Materiales

- Resma de hojas (3) B/. 25.00
- Tinta para impresión B/. 75.00
- Engargolado B/. 25.00
- Copias B/. 35.00
- Bolígrafos y lápices B/. 10.00

<input type="checkbox"/>	Memorias electrónicas	B/. 35.00
<input type="checkbox"/>	Fotocopias	B/. 50.00
<input type="checkbox"/>	Presentación de resultados	B/. 50.00
•	Transporte	
<input type="checkbox"/>	Viajes a las sedes	B/.200.00
•	Servicios	
<input type="checkbox"/>	Corrector de estilo	B/. 75.00
	Sub Total	B/.580.00
	Equipo informático:	B/.1000.00
	USB	B/. 50.00
	Retroproyector	B/. 600.00
	TOTAL,	B/. 2,230.00

### 1.11 Justificación

El periódico digital [www.dumasinforma.com](http://www.dumasinforma.com) fue creado con la finalidad de ofrecer a los lectores que usan diferentes plataformas de Internet como una alternativa para difundir informaciones que en muchas ocasiones los medios tradicionales no publican, ya sea porque siguen líneas editoriales definidas o no les interese.

A través del tiempo, Dumas Informa tienen una lucha tenaz y perseverante por ocupar un espacio importante dentro de la comunidad de cibernautas que buscan información.

Ya se cuenta con el uso de redes sociales como el Instagram, Facebook, Twitter, YouTube y Spotify.

La plataforma Tik Tok tienen una cantidad importante de seguidores a nivel mundial y con este trabajo de investigación se pretende llegar a esa comunidad de lectores, que observaran, en Dumas Informa un nuevo escenario de la forma de brindar informaciones de una manera objetiva e independiente.

Este estudio es pertinente, ya que luego de los resultados de la investigación se conocerá si con el uso de la red social Tik Tok aumentará la cantidad de seguidores que tiene la web noticiosa Dumas Informa y será más reconocida en el ámbito periodístico.

**CAPÍTULO II**  
**MARCO TEÓRICO**

## **2.1 Antecedentes de la Internet**

Desde los orígenes de la comunicación masiva, mucho se menciona que fue a través de la creación de la imprenta por el gran ciudadano alemán Johannes Gutenberg, en los años 1440, aunque de otras nacionalidades se atribuyen este invento.

De allí nació la masificación de los libros que contribuyeron de una u otra forma a que las personas conocieran los pensamientos de los autores que recibían el beneficio de escribir sus obras y poder masificarlas.

Los antecedentes de la creación de la Internet se remontan a los inicios de la década de 1960 y algunos autores señalan que el misma tenía su origen en aspectos militares con el tema de la guerra fría entre los Estados Unidos y la antigua Unión Soviética.

Para ello estaba la creación del proyecto Advanced Research Project Agency (ARPA) donde se crea el Arpanet y que servía para el intercambio de información de agentes pertenecientes al Departamento de Defensa de los Estados Unidos.

El origen del internet puede situarse en el año 1969, aunque no es hasta 1989, con la creación del World Wide Web (WWW), cuando Internet empieza su espectacular desarrollo en todo el mundo, siendo accesible a millones de personas (Jiménez, 2018)

En los años 70 la denominada plataforma ARPANET se hizo muy popular al punto que se fueron conectando diferentes organizaciones de investigación en todos los Estados Unidos, al igual que centros de educación Superior, sobre todo, varias universidades.

El inicio de la Internet se fue constituyendo poco a poco en la desaparición de muchos medios de comunicación tradicionales sobre todo los periódicos impresos en papel, los costosos equipos televisivos de señal abierta y adicional la radio.

### **2.1.1 Aparición de los medios digitales**

En los inicios de la Internet fueron apareciendo plataformas informativas. La mayoría eran de especialidad nativa y los medios tradicionales de comunicación tuvieron que sumarse a esa aventura y poco a poco se unieron a la carretera de la información.

Por eso, todos, los que van desde la televisión, radio, periódicos y revistas tuvieron que aventurarse y publicar como una extensión los medios que ya habitualmente eran conocidos.

En el contexto de esta nueva Era Digital, se puede apreciar cómo la convivencia de diferentes tecnologías no sólo determina nuevos avances técnicos, sino que éstos evolucionan hacia nuevas formas y modos (Marín, 2010).

Este autor añade que con la implementación de los sistemas digitales y las nuevas tecnologías de la información ha tenido lugar una redefinición de los medios de comunicación tradicionales.

Los medios digitales aprovechan plenamente lo que se denomina el poder que tiene el Internet en cuanto a su papel de interactividad y multimedia que utilizan los usuarios en contraposición a lo que fueron en su momento los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa y se demuestra que los medios digitales han transformado la forma en que nos comunicamos y llegamos a consumir la información.

En su momento, los medios digitales tuvieron una situación muy particular debido a que no existía la denominada interactividad y las publicaciones que se hacían en su momento parecían una fotografía donde no se podía interactuar y quienes consumían estos medios tenían que conformarse con ser meros observadores de las mismas.

## **2.2. Inicio de las redes sociales**

Las redes sociales tienen sus orígenes en la década de los años 80 y se considera que en su momento una de las más populares fue la denominada Six Degrees y esta tuvo todo su esplendor en los años 1997 cuando fue diseñada por Andrew Weinreich donde se permitía a sus usuarios conectarse entre sí, conocer nuevos amigos, crear sus perfiles y navegar por sus diferentes redes de contacto.

Otros autores sostienen que el origen de las redes sociales se remonta a 1995, cuando Randy Conrads crea el sitio web [www.classmates.com](http://www.classmates.com). Con esta red social se pretende que la gente pueda recuperar o mantener el contacto con antiguos compañeros del colegio, instituto o universidad (Fresno Chávez, 2018)

Hoy se indica que las redes sociales son diferentes tipos de plataformas que permiten crear comunidades, compartir información y conectarse con personas.

Se trata de una herramienta que, hoy, ha visto claramente superada su vocación inicial de puesta en contacto de personas desconocidas o ya conocidas pero que han perdido el contacto. (Marco, 2022)

Las autoras sostienen en su libro que las redes sociales pueden llegar a convertirse en una herramienta muy potente y de enorme utilidad para profesionales y empresas: tanto para informarse, como para promocionar productos, vender, aumentar sus clientes y/o mejorar su reputación como marca a nivel nacional e internacional.

Las redes sociales experimentaron un crecimiento exponencial muy importante a principio de lo que fue el nuevo milenio y plataformas como LinkedIn, MySpace, Friendster y Facebook, entre otras, fueron logrando el consentimiento de millones de usuarios en las cuales se lograron conectarse viejos amigos, conocidos y se ha llegado a compartir experiencias, fotografías, videos e intereses.

A lo largo de los últimos años se ha tenido una exposición interesante de estas redes sociales y no se escapa de ese asunto la plataforma de Tik Tok que es la que se estudiará en el siguiente punto.

### **2.2.3 Creación de la plataforma Tik Tok**

La historia de la creación de esta plataforma que es sumamente nueva, data del año 2018, específicamente, según los registros el 2 de agosto. Esto se dio debido a la fusión de otras dos redes que datan sus orígenes en el año 2014.

Las redes sociales se han convertido en un componente de la rutina informativa de los periodistas (Vasquez)

Se indica que es la fusión de dos marcas que son Musical.ly y Douyin. La primera surgió en el año 2014 y se trataba en la aplicación para la creación y compartir videos musicales de corta duración que iban acompañados con algún tipo de coreografía y la lectura o sincronización de los labios, la cual, despertó sumo interés en una población integrada por jóvenes y adolescentes del mercado norteamericano.

Mientras que la otra (Douyin) se trataba de una aplicación de la empresa asiática ByteDance cuyo nombre inicial era A.me. que también era para la creación de videos cortos pero su formato original en la pantalla era de manera vertical, tal como se presenta en la actualidad en Tik Tok.

Plataformas como Twitter o TikTok permiten a las jóvenes expresarse libremente y conversar con todo tipo de agentes sociales para expresar sus opiniones y sentimientos (Fernández)

Esta empresa adquirió por la suma de casi mil millones de dólares a Musical.ly en el año 2017 y un año después se fusionan para lograr la creación de la plataforma Tik Tok, la cual, se disparó en niveles interesantes de popularidad al atraer a un mercado mundial de cientos de millones de usuarios para convertirse en una plataforma popular de gran alcance en los cibernautas.

### **2.3. Recursos y publicaciones del Tik Tok**

Abrir una cuenta de Tik Tok es sumamente fácil. Lo primero que se debe hacer es entrar al celular o tableta en la parte donde se encuentran los diferentes App, en el caso de los teléfonos Android buscar en Google Play Store y en los iPhone en los App Store y buscar la aplicación.

Luego de hacer la respectiva descarga, la persona debe registrarse y para ello están los métodos por medio de su correo electrónico, Facebook, X, Google o su número de teléfono.

Es un proceso sumamente sencillo y solo hay que seguir las instrucciones que la misma plataforma va señalando, después hay que incluir una contraseña y colocar una foto de perfil para que los contactos pueden identificarlo.

La incursión de plataformas digitales como TikTok supone un replanteamiento de los procesos comunicacionales tradicionales, así como de la estructura de los contenidos que se presentan (Vallejo)

Después de cumplir con estos procedimientos, ya las personas están listas para ingresar al mundo de esta plataforma sumamente divertida y ahora con tutoriales, noticias y cuanto tipo de contenido le ingresen sus usuarios.

Formas en que se puede usar TikTok

Como se trata de una plataforma d, las personas lo pueden utilizar para descubrir un sin número de publicaciones, explorar páginas, buscar una serie de videos recomendado, según los intereses de los dueños de cuentas y para ello uno solamente debe colocar palabras claves o buscar como en otras redes sociales por medio de los hashtags o temas.

Además, seguir a determinados usuarios. Las personas pueden trabajar en la creación de videos y los pasos también son sencillos.

Una vez se ha preparado un video se debe buscar el signo de "+" que aparece en la parte inferior de la pantalla, se puede elegir la duración del video, los efectos que se le quieren colocar y la elección de sonidos.

En los últimos dos años, TikTok se popularizó entre el público más joven. La irrupción de la pandemia de Covid-19 y las consiguientes restricciones a la circulación generaron un importante flujo de consumidores en la plataforma, que rápidamente se transformó en un medio privilegiado de comunicación y entretenimiento (Ariza)

Es muy importante que los videos estén animados y de buena calidad, aunque no es tan determinante ese aspecto para que el mismo se haga popular o viral. Cuando el usuario graba un video debe tener presente agregar en sus ediciones aspectos como las transiciones, los filtros, los textos y sobre todo al momento de publicarlos utilizar un título llamativo y los hashtag que sean relevantes.

Como toda red social a Tik Tok le interesa la interacción que tienen los usuarios con una cuenta, además la colocación de los "me gusta" en los videos, los comentarios, el seguimiento que se da a los usuarios y la participación que se tienen en los "trends" populares y los denominados "Challenges" con lo cual se debe utilizar la función denominada "dúo" para la creación de videos junto a los usuarios.

El mismo Tik Tok va ofreciendo consejos para mejorar la visualización de su cuenta y señala que se debe completar el perfil, la publicación de una biografía y que se agregue, como se explicó anteriormente, una foto de perfil.

Las publicaciones que se hagan deben ser de manera regular, porque cuantas más publicaciones se hagan más probabilidades se va a tener que los usuarios descubran su cuenta por eso reiteran la utilización de los "hashtags", responder a los comentarios y mensajes, además el seguimiento de las diferentes tendencias.

Para los niños y jóvenes, usar TIK - TOK es una mezcla de entretenimiento, realizar retos y poder comparar las creaciones propias con las de los demás, estar en contacto con sus amigos/as y pertenecer y desenvolverse dentro de una ciber comunidad (Ceballos)

El Tik Tok se puede utilizar para hacer negocios y para ello la plataforma de Business, que sirve para monetizar la presencia en la plataforma, hace crecer la audiencia y sobre

todo muestra un centro completo de recursos con herramientas, consejos y guías para la creación de contenidos que sean atractivos y haga crecer la audiencia.

En el uso de Business como plataforma educativa o “academy” se trata de la creación de contenidos de alta calidad con el uso de tutoriales, videos y una serie de artículos que pretenden que quienes ingresan puedan aprender sobre los diferentes contenidos.

Sobre el uso del Tik Tok como noticias o “newsroom” y que es el punto que nos atañe en esta investigación hay que presentar las informaciones con objetividad, dar a conocer las ultimas noticias del momento, tendencias o análisis informativo.

Recomiendan que se debe presentar con calidad, sencillez, buena edición, la utilización de recursos que ayuden a comprender a quien ingresa y sobre todo evitar a toda costa la desinformación o los denominados “Face news”.

Además, esta plataforma ofrece una guía para los educadores y los padres de familia que ayuna a los adultos a comprender y navegar por la misma de manera responsable y segura y estos puntos sean transmitidos a los menores de edad cuando ingresen a la plataforma.

#### **2.4 Qué es el periodismo digital**

Como lo dice su nombre, se trata de las publicaciones noticiosas que se hacen en el Internet y para ello se utilizan las redes sociales, podcast, los denominados canales en línea, sitios web, blogs y otros donde se publican contenidos informativos.

Se le conoce con otros nombres como periodismo multimedia, electrónico, web periodismo, ciberperiodismo, periodismo web y periodismo en línea, entre otro y reitero que es a través de medios digitales o diferentes plataformas. (Barroso)

El periodismo digital debe tener ciertas características en cuanto a la variedad de formatos, ya que abarca diferentes como los videos, blogs, análisis, crónicas, entrevistas, reportajes y noticias. El lenguaje de las publicaciones debe contar con la hipertextualidad que consiste en la creación de una red de información con la exploración de diferentes temas mediante el enlace entre si.

Un detalle de mucho valor es la interactividad, porque se debe permitir que existan los comentarios, foros y redes sociales mediante la interacción de los periodistas y

reporteros con la audiencia, además la multimedialidad que no es más que la integración de diferentes tipos de formatos en un silo texto, artículos, audios, videos e infografías.

Dos puntos también importantes son la accesibilidad porque cualquier tipo de persona debe ingresar sin importar la ubicación geográfica donde se encuentre con una conexión a internet y la inmediatez donde se debe permitir que los usuarios o seguidores estén al día con las informaciones porque estas se deben actualizar de manera constante.

La gran diferencia es que en la prensa el alcance de la Accesibilidad está condicionado a unas limitaciones físicas y geográficas, mientras que en el periodismo digital existe una mucho más amplia potencialidad o capacidad latente de difusión y de acceso abierto e interactivo (Casasús)

El periodismo digital se puede experimentar con nuevos formatos y herramientas para permitir las oportunidades de una buena innovación que va a dar además el permitir que se dirijan los contenidos a determinadas audiencias específicas que dan con una posibilidad de segmentación para lograr la reducción de costos porque no requieren el uso de los recursos de los medios tradicionales como lo eran la distribución y la impresión de los medios escritos y además esto permite un mayor alcance donde se llega a una audiencia mundial.

Verificación de la información

Este es uno de los grandes desafíos que tiene el periodismo digital, porque se ha transformado la forma en que se consume y se produce la información. Para ello es importante que antes de publicar una información se debe verificar, ya que en la Internet circula mucha información falsa que busca confundir a los cibernautas.

Aparte de los sitios web que se dedicaban a la publicación de informaciones, se agrega la competencia con la aparición de redes sociales que ya están compitiendo con las webs y se han convertido en un desafío con los medios tradicionales de comunicación.

Las nuevas formas del periodismo digital y su gran desarrollo son deudoras de toda una tradición y de una reflexión de la documentación como gran conjunto de técnicas para la conservación y la recuperación de los conocimientos. (García)

La entrada del Internet ha permitido lo que se denomina la “democratización de los medios de información” donde los medios tradicionales ya no tienen el control absoluto

del manejo de la información, aunque esta situación ha permitido que también proliferen lamentablemente las desinformaciones.

También en este punto está la denominada brecha digital donde no todas las personas tienen el acceso ni a las webs o las redes sociales, lo que limita en parte el alcance que tiene el periodismo digital, sin embargo, al final del asunto, el periodismo digital se convierte en una herramienta de mucha importancia para mantener informada a la población y lograr la promoción de los valores democráticos.

Quienes se dediquen a la divulgación de noticias, ya sea en sitios web o en redes sociales deben buscar la manera que estos se conviertan en un modelo económico y para ello se deben encontrar formas de financiamiento que sean viables.

#### **2.4.1 Medios de comunicación digital en el mundo y Panamá**

Con la entrada fuerte del Internet en los años 90 hasta el presente, los medios de comunicación impulsados por la proliferación de las diferentes tecnologías digitales y la evolución de los hábitos de consumo de las diferentes audiencias están en un mundo constante de transformación.

Datos estadísticos revelan que 4.66 mil millones de personas tienen acceso a Internet, sin embargo, aún persisten muchas brechas en varias regiones y países que imposibilitan que un gran porcentaje de la población no puedan ingresar a la carretera de la información.

Los nuevos medios digitales de información y técnicas de comunicación como los teléfonos inteligentes, tabletas, notebooks y consolas, ocupan cada vez más espacio en la vida de niños y jóvenes. (Glöckler)

Las personas ahora se informan con una migración significativa de los medios tradicionales hacia los diferentes canales digitales, porque lo que se busca son contenidos informativos personalizados, con mucha relevancia para sus intereses y sobre todo que sean noticias con inmediatez.

Los formatos multimedia como podcast, infografías y videos están acaparando una gran aceptación entre los consumidores quienes confían que exista la credibilidad y la verificación de las informaciones para que sean aspectos cruciales en la audiencia.

Con la audiencia se está ante un conglomerado en movimiento y en permanente ebullición y remodelación, tanto por sí mismo, como sobre todo por causa de la información, de la tecnología y, más que nunca del mercado y la publicidad. (Quintas-Froufe)

#### Tipos de medios de comunicación digital

Hay un sinnúmero de medios digitales, pero los de mayor relevancia son la web de noticias, los más utilizados, que ofrecen análisis de las noticias de actualidad, los denominados reportajes de profundidad, entrevistas escritas o en videos.

Las redes sociales han ganado un papel de beligerancia y plataformas como X, Facebook, Instagram, YouTube y el Tik Tok, entre otras se han convertido en fuentes de información muy relevante y algo interesante es que están llegando a audiencias de jóvenes, cosa que antes, no era de esa manera.

Muchas veces se piensa que las sociedades han llegado a comunicarse gracias a la tecnología que las rodea. Sin embargo, la necesidad de estar comunicados no fue primero que cada uno de los inventos. De aquí que surjan estas interrogantes: ¿cómo se comunicaban las personas antes de que existiese el celular?, ¿cómo quedaban en una cita?, ¿cómo se comunicaban entre países de diferentes continentes antes de la creación del teléfono?, ¿podían, en todos los países, ver una película al mismo tiempo?, ¿se podían ver las fotos apenas se las tomaba? (Caissón)

Están además los podcasts que cada día se convierten en sitios populares para consumir contenido de carácter informativo y de conocimientos.

Se añade las aplicaciones móviles que permiten a los usuarios de una manera cómoda en sus dispositivos móviles acceder a contenido informativo de forma rápida e inmediata.

Otra de las plataformas que ofrecen a los periodistas independientes, los expertos y ciudadanos a compartir sus opiniones y conocimientos son los denominados Blogs.

Los medios digitales tienen grandes desafíos, porque uno de sus propósitos es informar y combatir las noticias falsas, la polarización política y la denominada erosión de la confianza en estos, además contribuyen a la democratización del acceso a la información, lo que empodera a las personas para informarse y expresarse libremente.

También permiten la proliferación de diversas voces y perspectivas, pues desafían los monopolios informativos tradicionales con la finalidad de fomentar el activismo social y la participación ciudadana al brindar espacios significativos para la movilización social y los espacios para el debate.

El futuro de los medios de comunicación digital está basado en la responsabilidad social, porque tienen la obligación de contribuir a los debates constructivos, lograr una eficiente participación ciudadana y además que estos sean sostenibles para el desarrollo de modelos de negocios que permitan tener una independencia de sus dueños mediante los ingresos económicos.

#### **2.4.2 Medios digitales en Panamá**

Panamá no se ha quedado rezagado en el uso de la Internet y de los medios de comunicación digitales y está a la vanguardia, en cuanto a la diversidad y el dinamismo de sus plataformas, lo cual refleja la creciente importancia de las plataformas digitales para el consumo de información y la comunicación en el país.

Los blogs son otra interesante herramienta de la que se valen los periódicos para abrir espacios de participación. La tarea de los medios es admitirlos y permitir su enlace desde la página principal o a través de una sección consolidada para ellos. (Díaz)

El año pasado la penetración de la Internet en el país rondaba por el 73.9 por ciento y esto representaba la existencia de casi 3.2 millones de usuarios según datos del Banco Mundial.

Las plataformas más populares utilizadas por los panameños van desde el Facebook, Instagram, WhatsApp, el YouTube y la demanda creciente de usuarios del Tik Tok en la cual se identifican casi el 64.4 por ciento de la población que equivalen aproximadamente a unos 2.8 millones de usuarios.

Un medio de comunicación es un instrumento o forma de contenido tecnológico por el cual se realiza el proceso de comunicación. Desde que los medios de comunicación nacieron y se desarrollaron, se han vuelto una gran fuente de poder e influencia social a nivel mundial, son instrumentos en permanente evolución ya que, a través de los años, su forma de transmitir información se ha hecho bastante masiva e instantánea. (Soto)

Los formatos multimedia como videos e infografías son cada vez más populares entre la audiencia panameña que consume información digital principalmente a través de sitios web de noticias, redes sociales y aplicaciones móviles, por lo que la verificación de la información y la credibilidad de las fuentes son aspectos importantes para los usuarios de medios digitales en Panamá.

Todos los días aparecen varios medios digitales, algunos persisten, otros desaparecen. Los medios tradicionales han emigrado a las plataformas digitales como los periódicos Dia a Día, La Prensa, Critica, Metro Libre, El Siglo.

Los medios de comunicación masiva son entonces, los instrumentos por medio de los cuales se transfiere información a gran cantidad de personas en el mundo, no importando la distancia ni distingo social. (FORCHENEY)

También las televisoras han tenido que hacer este cambio como Telemetro, TVN, Sertv, TvMax, Next, pues también se han unido algunos medios como Bocas TV y otros que funcionan en las plataformas web o medios de señales por Cable televisión.

La radio tampoco se ha quedado atrás, esta RPC, KwContinente, La Exitosa y un sinnúmero de emisoras que ahora a través de las App invitan a los usuarios a seguirlos por estas plataformas.

Páginas como como Dumas Informa, La Verdad, El Digital y otros medios informativos que utilizan las redes sociales con plataformas en Instagram X y Facebook como Noticis24/7, En Segundos como una opción informativa.

### **2.4.3 Funciones del periodismo digital**

Son varias las funciones que tiene el periodismo digital en la sociedad y van en primer lugar desde informar a la población, ya no solamente de un área determinada, sino por la naturaleza de la Internet, la noticia se divulga a nivel mundial.

Desde los lugares más recónditos del planeta, quienes tengan acceso a la Internet, se pueden enterar de las diversas cosas que pasan en un punto específico.

Son varios los puntos, está el de entretener que no es más que darle a la población noticias para que sean de manera agradable a su consumo y con ello se apoya en hacer historias en formatos de videos, infografías y formatos de manera multimedia donde hay varios públicos que van desde los más chicos a adultos mayores.

Las herramientas digitales aportan volumen y dimensión a la historia y configuran una realidad geométrica, con múltiples aristas, con la profundización que se desee. (Triviño) Además, está el aspecto de la educación sobre una serie de temas de actualidad y complejos, con información y análisis de profundidad o de manera contextualizada que ayuda a quienes consuman ese material a tomar decisiones realmente informadas en su vida.

Lo que atañe en esta investigación es la manera informativa, pero para esto se deben presentar las notas de manera objetiva, oportuna y veraz y esto se desarrolla con informaciones en el campo de la tecnología, la ciencia, cultura, economía y política sobre todo en el campo nacional e internacional.

En el plano interno de los países, se pretende que los medios digitales se conviertan en la voz de aquellos sectores de la población que nadie los atiende, los mira o determina, algo así como convertirse en la famosa frase de “La voz de los que no tienen voz” y sirve para ejercer un control en la supervisión del poder de los gobiernos.

La verificación digital no es una moda (fake news, posverdad), sino que remite al buen periodismo de siempre. En esencia trata de responder digitalmente a las preguntas clásicas qué, quién, cuándo, dónde y por qué. (Redondo)

Que sepan que hay quienes supervisan sus trabajos, sus acciones y decisiones y así evitar que no se cumpla con la democracia o que los gobiernos traten de burlarse por quienes fueron escogidos para ejercer el poder.

Los medios digitales además contribuyen a que la población puede adaptarse a las nuevas tecnologías porque al ir avanzando en los aspectos tecnológicos, los usuarios deben ir aprendiendo para poder participar de estas plataformas informativas.

## **2.5 Pasos para la creación de un periodismo digital**

Son varios los aspectos que se deben tomar en consideración en este punto. En primer lugar, se debe establecer cuál va a ser el nicho de la publicación. Determinar qué tipo de audiencia se busca y cuáles son los temas que se van a abordar, también a que sector de la población se le pretende llegar.

Por ello es importante especificar todos estos detalles porque de acuerdo con la audiencia se debe crear un contenido sumamente relevante y atractivo para el público objetivo y sobre todo de qué manera se va a presentar la información.

En el contexto de la cultura digital contemporánea, hay una proliferación de youtubers, instagramers y otros desarrolladores de contenidos digitales, sin ninguna formación periodística, que producen contenidos de tipo periodístico denominado periodismo 2.0 o ciudadano, captan la atención de nuevas audiencias e incluso de lectores de los medios de comunicación corporativa tradicionales. (Danza)

Lo otro importante es que al momento de crear nuestra web y sus redes sociales hay que tener sumamente claro que no se trata de hacer un emprendimiento por amor al arte. La inversión ya sea en recursos económicos y de conocimientos debe tener un retorno que nos sirva para continuar adelante.

Se trata de crear una plataforma que revierta beneficios económicos y no por amor al arte. Hay que fijar cuales son los costos que se van a disponer en cuanto a la web, el sitio, el diseño y de cuanto es esta inversión.

Para este logro, debe desarrollarse un plan de Negocios, cuyas estrategias garanticen a posibilidad de atraer importantes personas que quieran invertir la posibilidad de lograr la atracción de importantes personas que quieran invertir.

Lo primero es crear un sitio web y para ello se debe tener el contacto con un grupo que se dedique a estos menesteres, luego crear las diferentes redes sociales que van desde YouTube, Spotify, X, Instagram y Facebook, entre las más utilizadas.

Al inicio, ese emprendimiento sería de manera solitaria y luego pensar en la incorporación de periodistas, ya sean talentosos y experimentados o con la contratación de estudiantes recién salidos de la universidad o que estén cursando estudios.

Además, esta la promoción del medio que se puede hacer a través de la misma plataforma o contratar publicidad con los medios tradicionales de comunicación y hacer otras estrategias para mercadear la marca.

### **2.5.1 Periodismo y emprendimiento**

Así como han salido nuevos negocios de emprendimiento, el tema del periodismo no se ha quedado atrás. Con la democratización de la Internet han surgido nuevos medios de

comunicación social y otros grupos que utilizan las redes sociales para hacer todo tipo de negocios.

El mundo de las noticias también está inmerso en este sector y muchas son las personas que utilizan las plataformas para desarrollar un periodismo con mucha pasión y, sobre todo, se piensa en el ámbito empresarial, porque al final, se vuelve un negocio.

Desde la formación emprendedora, se entiende el emprendimiento como un conjunto de competencias, que parte de la actitud de la persona, para captar oportunidades de su entorno, lo cual requiere un pensamiento sistémico, convertirlas en ideas innovadoras con base en su creatividad y generar proyectos productivos en diferentes campos, para beneficio propio y de su entorno. (Uribe)

Esto lo ha impulsado el propio espíritu de supervivencia de diferentes comunicadores sociales, Debido al tema de la pandemia de la COVID a inicios de los años 2020 muchas personas se vieron afectadas con la reducción de personal en los medios tradicionales de comunicación que vieron afectados sus ingresos al no recibir las pautas publicitarias. Esto provocó que varios comunicadores o de manera solitaria se decidieran a la creación de sus propios medios de comunicación. Este fue en parte el caso de este servidor.

Es por ello por lo que en las nuevas tecnologías digitales se vio más que una crisis como una oportunidad para su aprovechamiento y lograr un emprendimiento con la presentación de un producto informativo que lograra llamar la atención de la audiencia y así convertirse y abrirse paso en el mundo de las noticias.

Otro ingrediente que se suma al periodismo de emprendimiento son la autonomía y la independencia. La mayoría de los medios tradicionales de comunicación están sujetos a los grupos económicos de sus dueños, quienes en muchas ocasiones no los utilizan para el sagrado deber de informar sino de hacer negocios y realizan a los periodistas para sus intereses.

Las características que tienen ahora los periodistas emprendedores es que no siguen líneas informativas de nadie, sino de su propio interés. Tratan de innovar en este campo y desarrollan la manera de elaborar y presentar la información de manera diferente, agradable y de interés para sus seguidores.

Por lo tanto, el administrador perfecto no necesariamente es el administrador eficiente si no cuenta con los incentivos adecuados. La inteligencia del administrador juega en provecho del administrador, no en provecho ajeno. (Mondejar)

Además, los temas tratados buscan centrarse en los intereses y necesidades que tenga su público objetivo por lo cual los temas a publicar deben tener esa chispa de contacto con su audiencia.

Los beneficios que tienen los periodistas emprendedores es que las informaciones se emiten con una pluralidad de opiniones, ya no se utilizan las mismas voces de siempre, hay una especie de pluralidad de actores donde muchas veces los medios tradicionales de noticias no le dan esa oportunidad.

Por ello es por lo que los comunicadores están muy motivados y comprometidos a desarrollar eficientemente su trabajo, esto se traduce en una especie de calidad y atractivos para la audiencia.

Sin embargo, el autor del estudio sugiere la información con la presentación de videos, porque tienen un gran atractivo para los cibernautas.

### **2.5.2 Cómo elaborar un periodismo de emprendimiento digital**

Este es uno de los aspectos prioritarios para que el proyecto de emprendimiento tenga resultados positivos, ya que además de la fuerza pujante que se debe tomar en cuenta el esfuerzo mediático debe tener un panorama donde se combine paso a paso el denominado espíritu empresarial.

La definición del emprendedor relaciona varias disciplinas, tales como: economía, estrategia de negocios, comportamiento organizacional, sociología y psicología. Los economistas definen al emprendedor en función de las actividades y logros conducentes a afectar el sistema económico; los sociólogos buscan comprender el modo en que el comportamiento de los emprendedores tiene lugar en la sociedad y puede afectarla; y los psicólogos se focalizan en las características personales y el proceso cognitivo de estos. (Kirberg)

El periodismo de emprendimiento es para lograr una independencia comercial y que esta se traduzca en la presentación de informaciones serias, reales y sin cortapisas.

En pocas palabras, informar los hechos noticiosos tal como son, sin ningún tipo de maquillaje y se llegue a las audiencias con impacto positivo.

Las ideas de nuevos negocios siempre surgen de un individuo. Este sujeto puede ser un trabajador independiente, un empresario o un funcionario que presta servicios en una empresa privada o en un organismo público. En su quehacer, este profesional debe enfrentar dos desafíos: resolver problemas e identificar oportunidades de negocios. La segunda tarea evidencia el descubrimiento de nuevos proyectos. Entonces, para que esta afirmación se repita con el primer desafío es necesario efectuar un análisis más profundo. (Castro)

Se debe indicar cuál es el público objetivo y en qué áreas de la comunicación se debe enfocar el emprendimiento que van desde política, actualidad, tecnología, negocios, sociales y temas que sean del agrado de los emprendedores para lograr posibles inversores.

Esto va a lograr que exista una verdadera diferencia entre un medio y otro, lo importante es que el periodista emprendedor logre su posicionamiento y de manera confiable.

Se entiende hasta aquí que la importancia del fenómeno emprendedor obedece, por una parte, a la necesidad de una cultura emprendedora, que permita afrontar la nueva sociedad y economía del conocimiento, caracterizada por la globalización y la desaparición de fronteras entre las naciones, por la rapidez en la generación de conocimiento y la obsolescencia del mismo, por ambientes ambiguos e inciertos, por el reconocimiento del recurso de la información como elemento estratégico de las instituciones, y por la incorporación de la innovación, como ventaja competitiva. (Tinoco)

Hay que elegir las plataformas adecuadas, los sitios web y las redes sociales que se van a utilizar. Todo esto adaptado a un buen contenido de alta calidad con la utilización de un lenguaje atractivo, conciso y claro para lograr mantener a la audiencia comprometida.

Esta investigación se sustenta en la obra de dos grandes investigadores y teóricos de la comunicación como lo son Marshall McLuhan y B. R. Powers en su obra La aldea global, cuyas transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales del Siglo XXI participan en la globalización del entorno.

En forma muy atinada McLuhan señala que la llegada de los medios sociales –los medios nuevos- muestran algo más: la forma de comunicación era un intento de romper con las restricciones rígidas de los medios tradicionales impresos –restricciones que no solo estorbaban el camino para que los autores se publicaran, sino que los obliga a escribir de cierta forma, con nombres cortos de capítulos y larga extensión. (Yuste)

Para el investigador canadiense perteneciente a los inicios del s. XX, “La aldea global es un mundo en el cual no hay necesariamente armonía, pero sí existe un intenso interés en los asuntos de todo el mundo y una mayor participación en la vida de los demás”. Una definición que servirá para comprender años después esas conexiones a través de la red.

Se puede indicar que la frase icónica de Marshall McLuhan, "el medio es el mensaje", es de gran relevancia sobre todo con el auge que tienen las redes sociales y en el caso particular la de Tik Tok, porque se trata de un medio que transmite una serie de mensajes que influyen sobre toda una población al utilizar de acuerdo con su formato una serie de videos dinámicos y cortos con un gran contenido de todo tipo (entretenimiento, noticioso, etc) y que son consumidos por un enorme público que al final los utiliza para sus momentos de distracción o en la búsqueda del conocimiento.

**CAPÍTULO III**  
**PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACION**

### 3. Presentación y análisis de los resultados

Los resultados de una encuesta en línea, aplicada a una muestra de personas mediante contactos telefónicos vía WhatsApp serán presentados a continuación.

Esta encuesta, consta de doce preguntas cerradas diseñada específicamente para evaluar la creación de la red social Tik Tok para aumentar la cantidad de seguidores del periódico digital Dumas Informa. La misma fue realizada a través de un formulario de Google Forms y sus resultados fueron son presentados mediante gráficas. Para obtenerlos se consultaron a 133 personas según indica nuestra muestra.

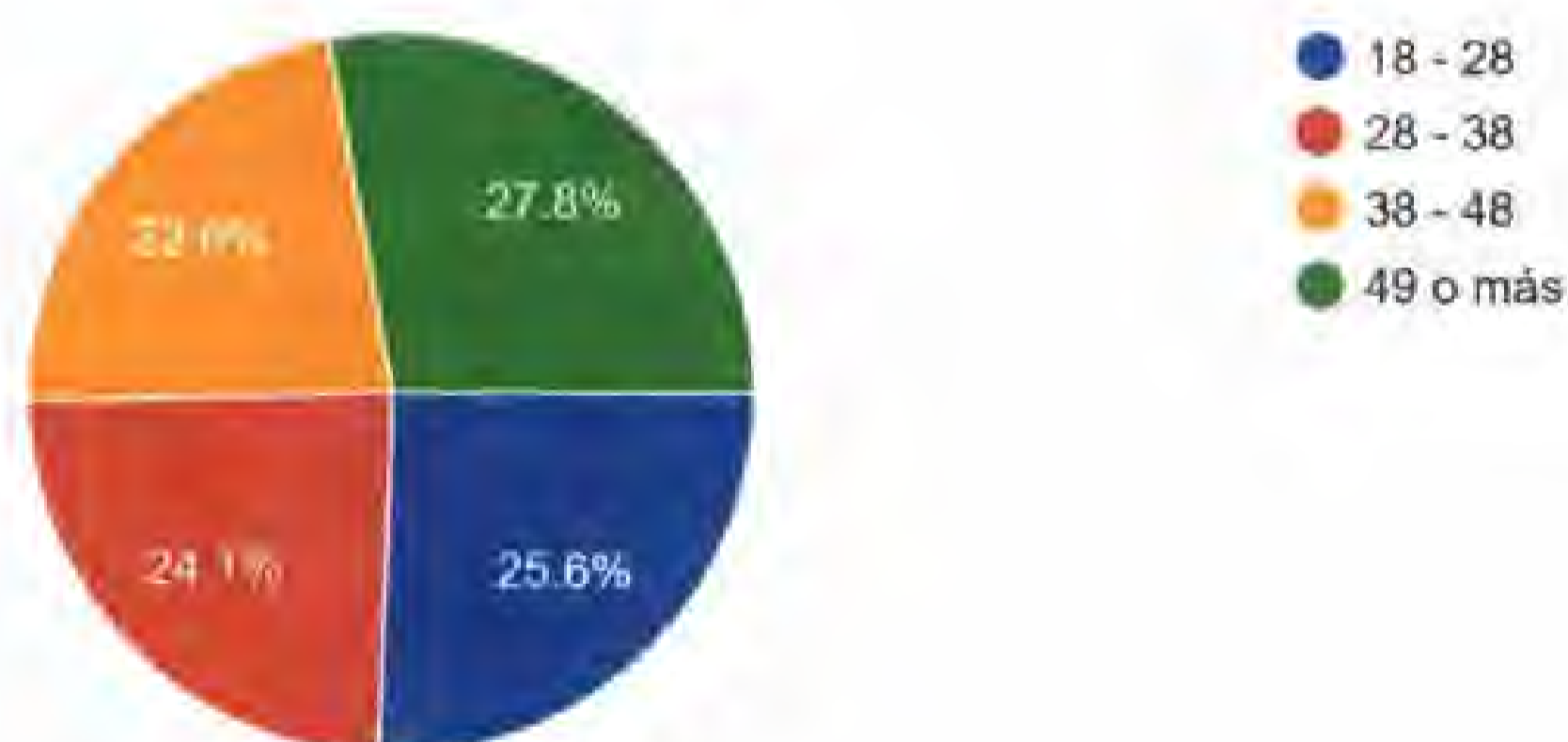
#### 3.1 Análisis de los resultados

##### Variable 1

##### EDAD

###### 1. Edad: Alternativas

133 respuestas

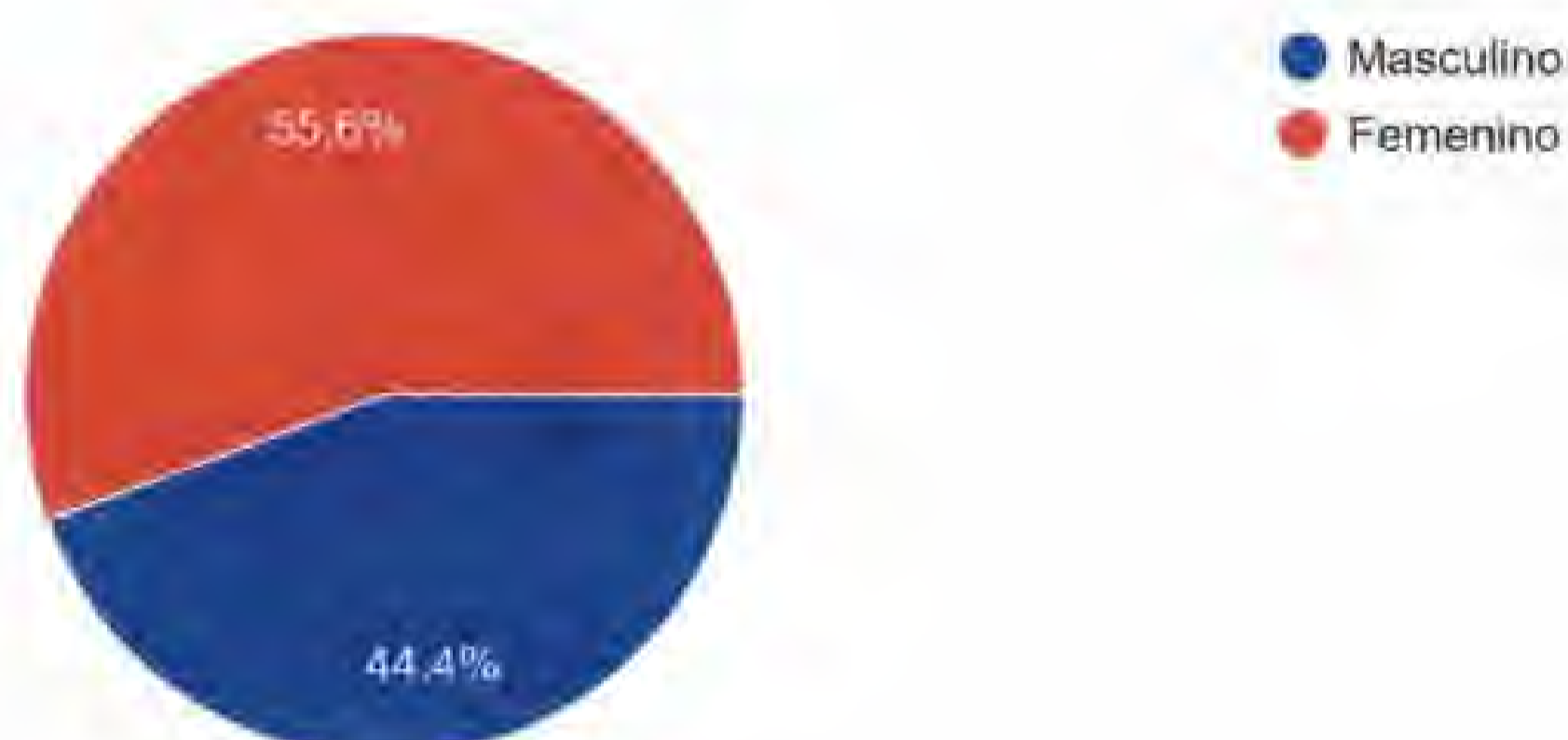


Fuente: Los encuestados

Los rangos de edades para realizar esta encuesta fueron los siguientes: de 18 – 28 años alcanzaron un 25.6 por ciento; de 28 – 38 años un 24.1 por ciento; de 38 – 48 años un 22.6 por ciento y de 49 o más un 27.8 por ciento.

## Variable 2 SEXO

2. Sexo  
133 respuestas



Fuente: Los encuestados

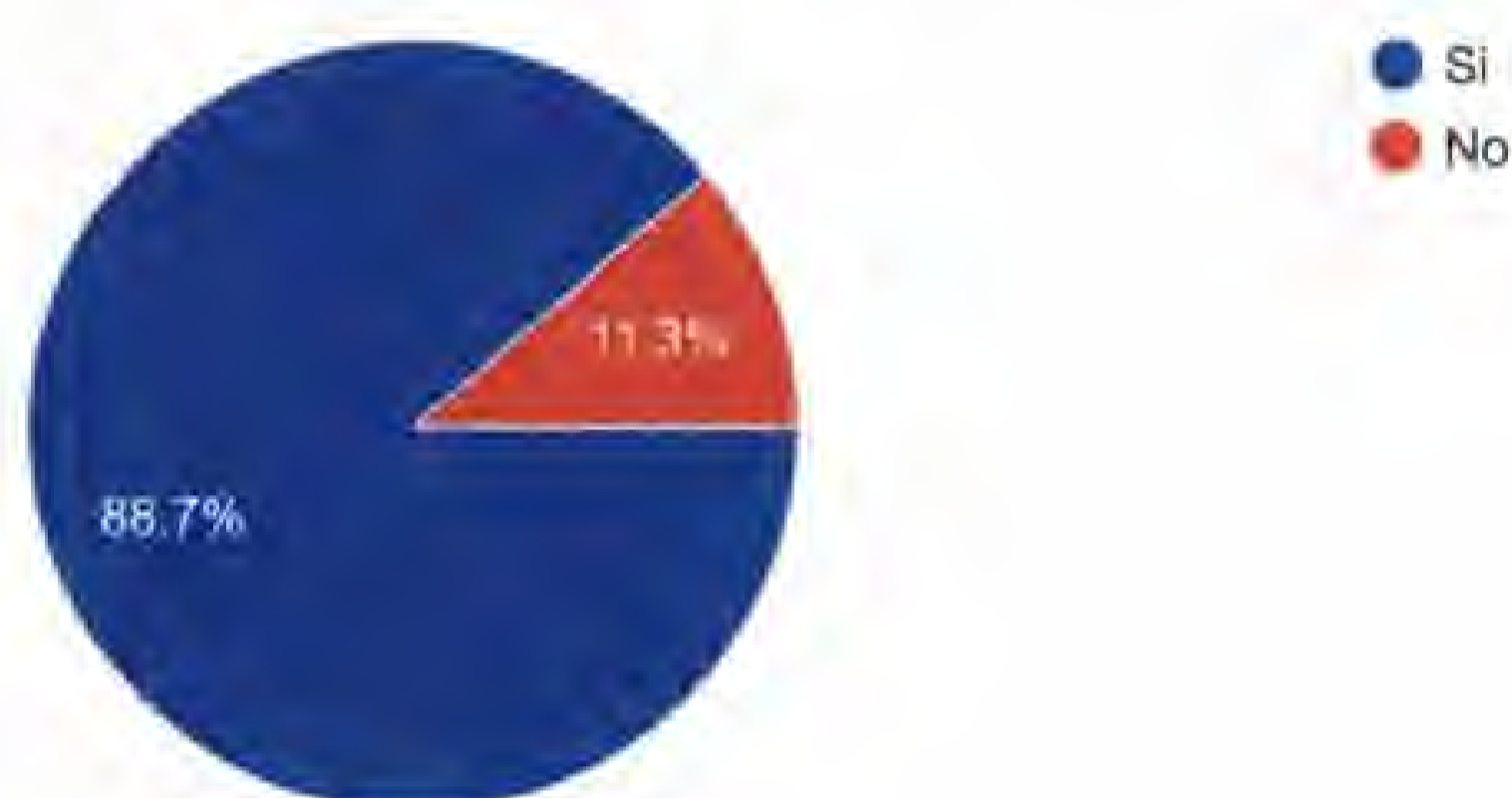
De acuerdo con el sexo de los participantes de la encuesta un 55.6 por ciento son femeninos mientras que un 44.4 por ciento son masculinos.

### Variable 3

#### PERIODICO DIGITAL DUMAS INFORMA

3. ¿Conoce usted el periódico digital Dumas Informa? [www.dumasinforma.com](http://www.dumasinforma.com)

133 respuestas



Fuente: Los encuestados

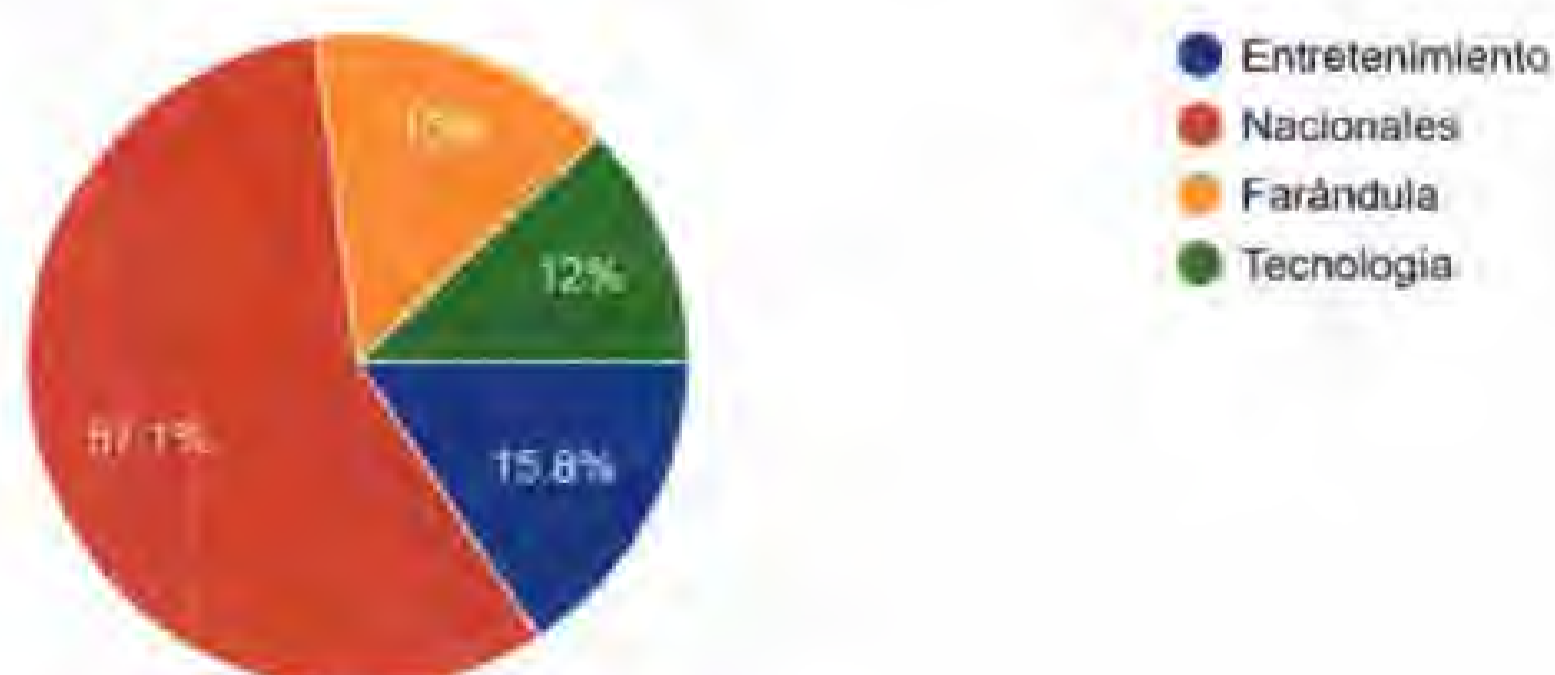
Los entrevistados manifestaron que conocen el periódico digital [www.dumasinforma.com](http://www.dumasinforma.com) con un porcentaje de un 88.7 mientras que un 11.3 por ciento respondieron no conocerlo.

### Variable 4

#### CONTENIDO

4. ¿Qué tipo de contenido le atrae del periódico Dumas Informa?

133 respuestas



Fuente: Los encuestados

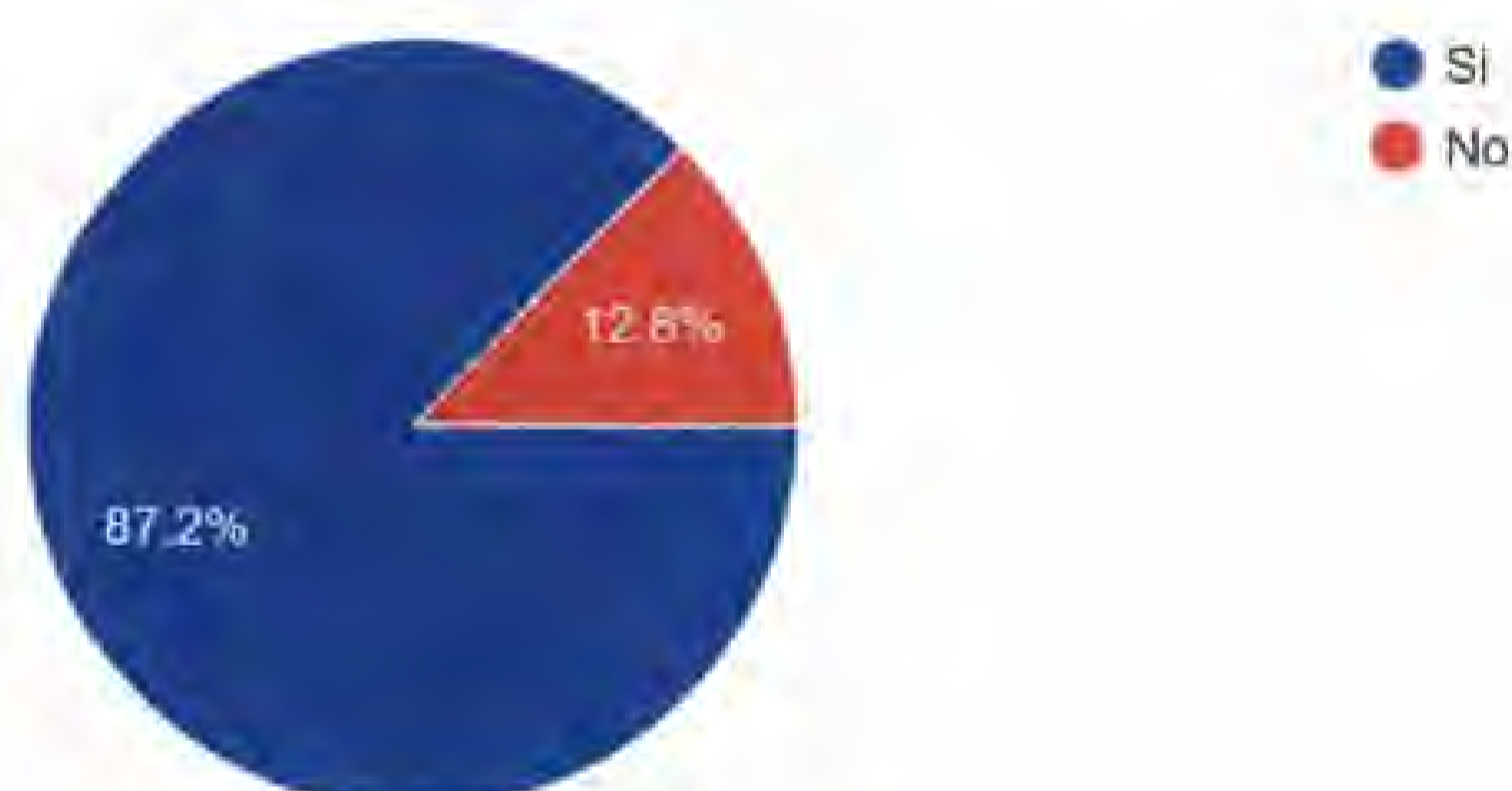
Actualmente el periódico digital [www.dumasinforma.com](http://www.dumasinforma.com) cuenta con ocho secciones en sus buscadores y solamente colocamos cuatro. El contenido que consumen los lectores está dividido en un 57.1 por ciento para Nacionales, 15.8 por ciento para Entretenimiento, 15 por ciento para Farándula y un 12 por ciento en Tecnología.

### Variable 5

#### NOTICIAS PUBLICADAS

5. ¿Consume las noticias publicadas por el periódico Dumas Informa?

133 respuestas



Fuente: Los encuestados

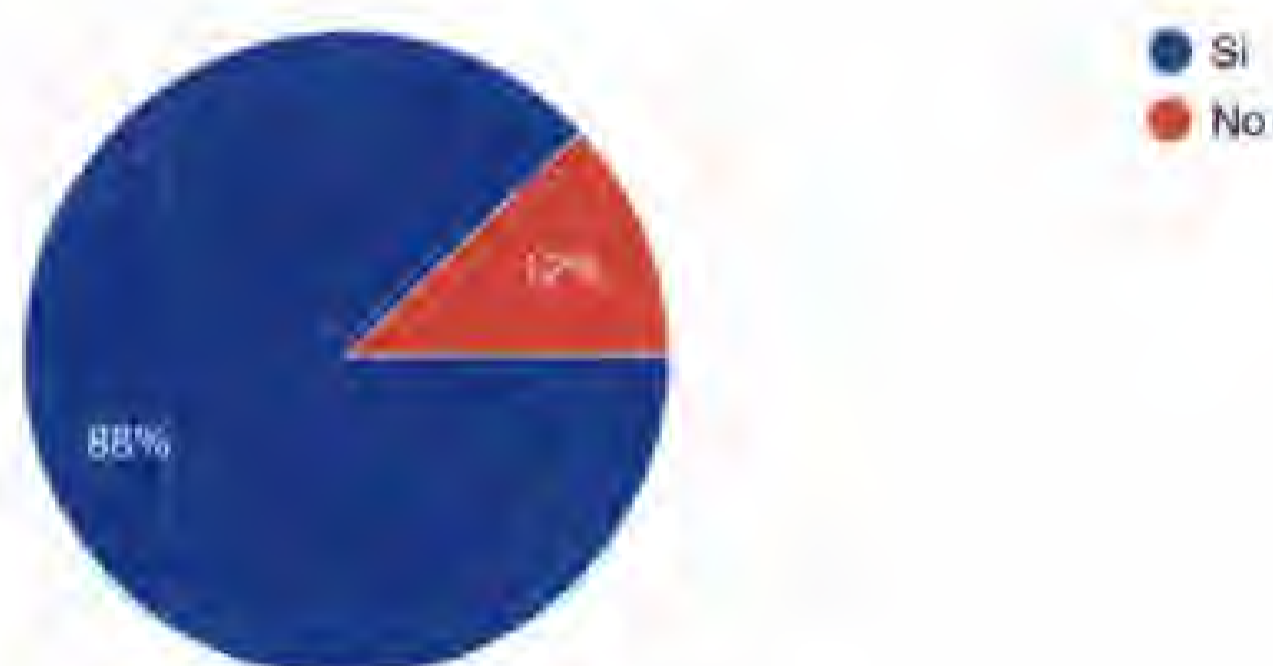
Al ser más directos si consumían las noticias que se publican en la plataforma web un 87.2 por ciento respondió que sí, mientras un 12.8 por ciento dijo que no.

## Variable 6

### PLATAFORMA TIK TOK

6. ¿Cuenta usted con la plataforma tik tok?

133 respuestas



Fuente: Los encuestados

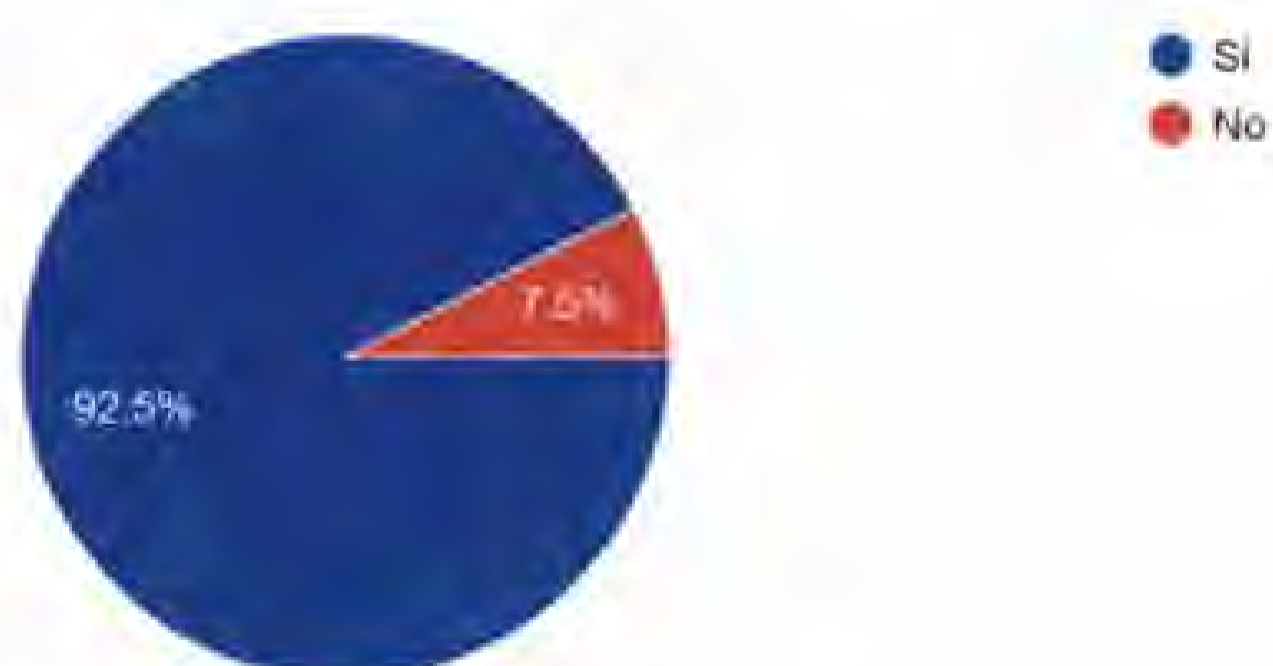
Al investigar sobre el uso de la red social Tik Tok un 88 por ciento utiliza la misma, mientras que un 12 por ciento dijo que no.

## Variable 7

### ¿CON EL TIK TOK SE PODRIA DAR A CONOCER EL PERIÓDICO DUMAS?

7. ¿A través del Tik Tok podría conocer más sobre el periódico digital Dumas Informa?

133 respuestas



Fuente: Los encuestados

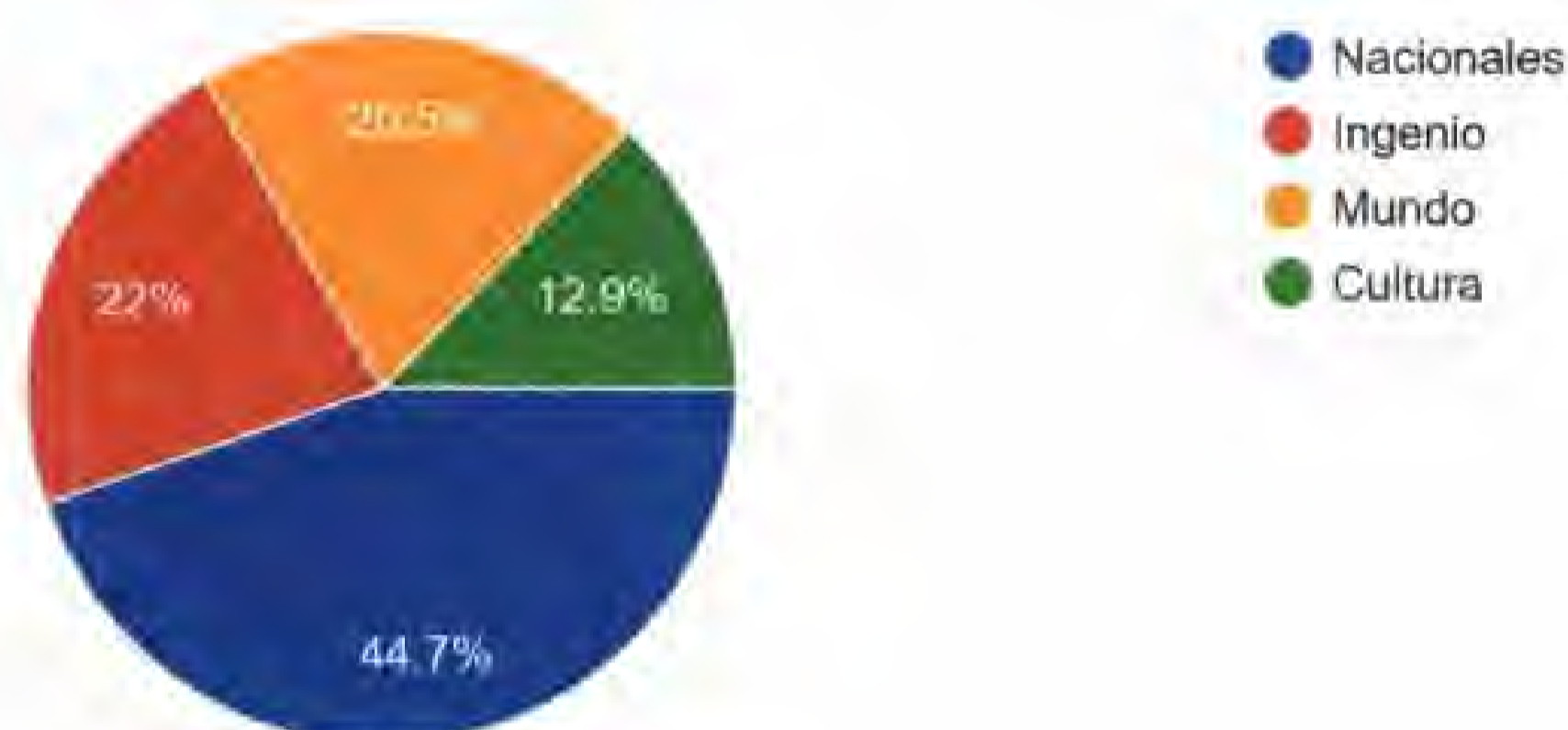
La idea de esta investigación es que a través del Tik Tok se conozca más nuestra web [www.dumasinforma.com](http://www.dumasinforma.com) En ese sentido, el 92.5 por ciento respondió que si y el 7.5 por ciento dijo que no.

### Variable 8

#### TIPO DE MATERIAL INFORMATIVO CONSUME TIK TOK

8. ¿Qué tipo de material informativo consume en la Plataforma Tik Tok?

132 respuestas



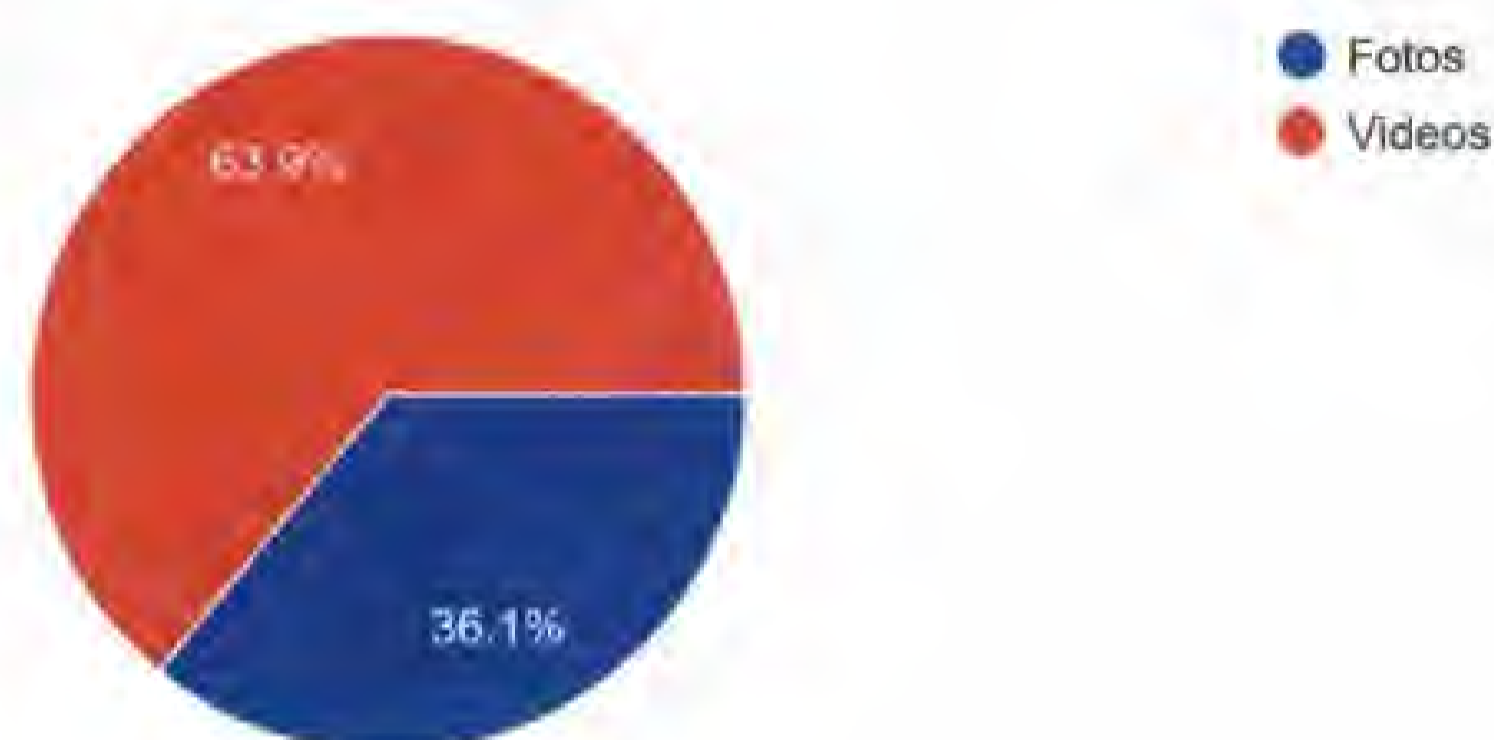
Fuente: Los encuestados

La idea de esta investigación es que a través del Tik Tok se conozca más nuestra web [www.dumasinforma.com](http://www.dumasinforma.com) En ese sentido, el 92.5 por ciento respondió que sí y el 7.5 por ciento dijo que no.

**Variable 9****¿AL ENTRAR A LA PLATAFOMA DE TIK TOK QUE LE GUSTA VER?**

9. ¿Al entrar a la plataforma Tik Tok le gusta ver?

133 respuestas



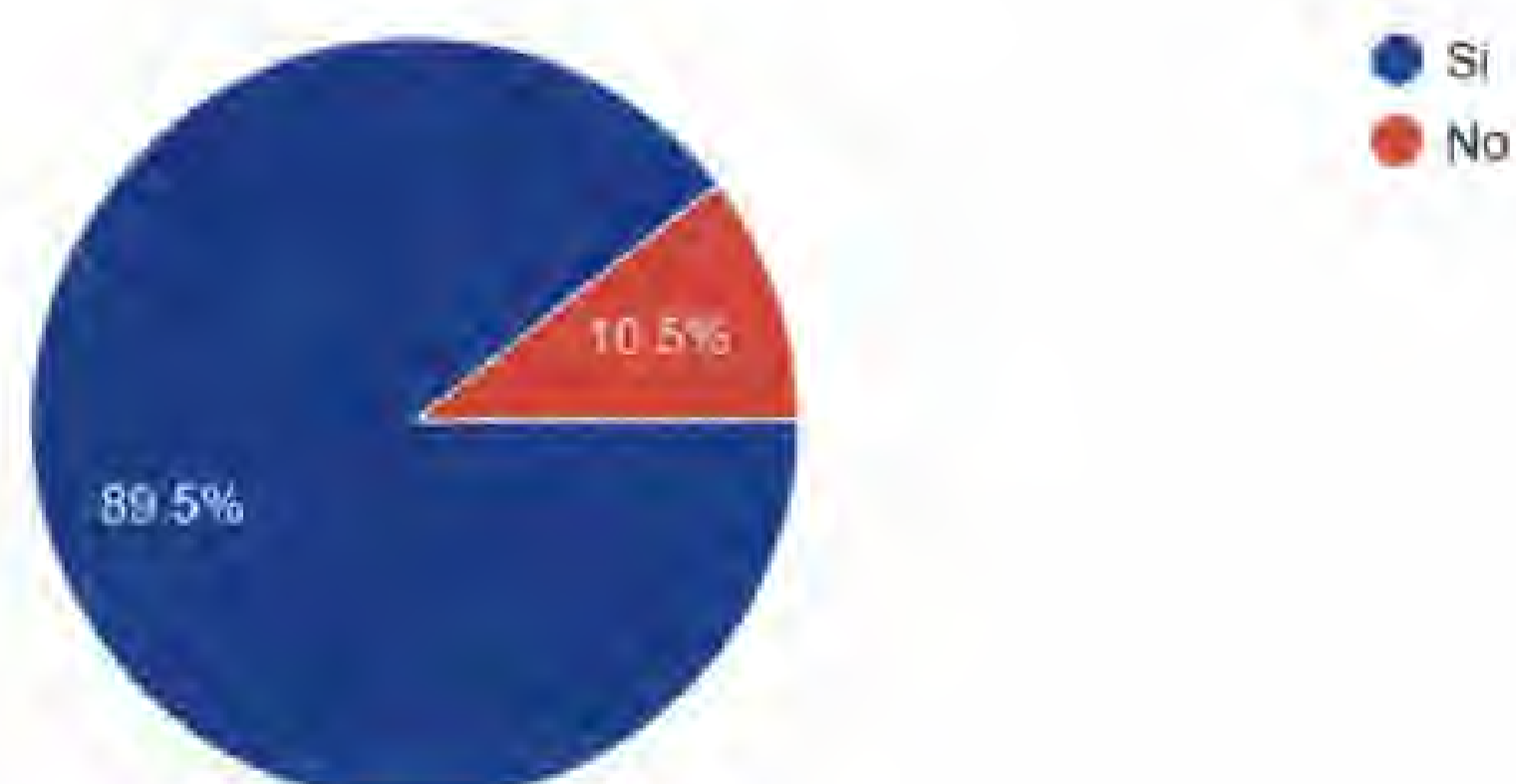
Fuente: Los encuestados

En la plataforma Tik Tok las publicaciones se hacen mediante videos o fotografías. El 63.9 por ciento de nuestros entrevistados prefiere ver las publicaciones en video y un 36.1 por ciento en fotografías.

**Variable 10****¿ES IMPORTANTE EL USO DE LA PLATAFORMA TIK TOK?**

10. ¿Es importante el uso de la plataforma tik tok?

133 respuestas



Fuente: Los encuestados

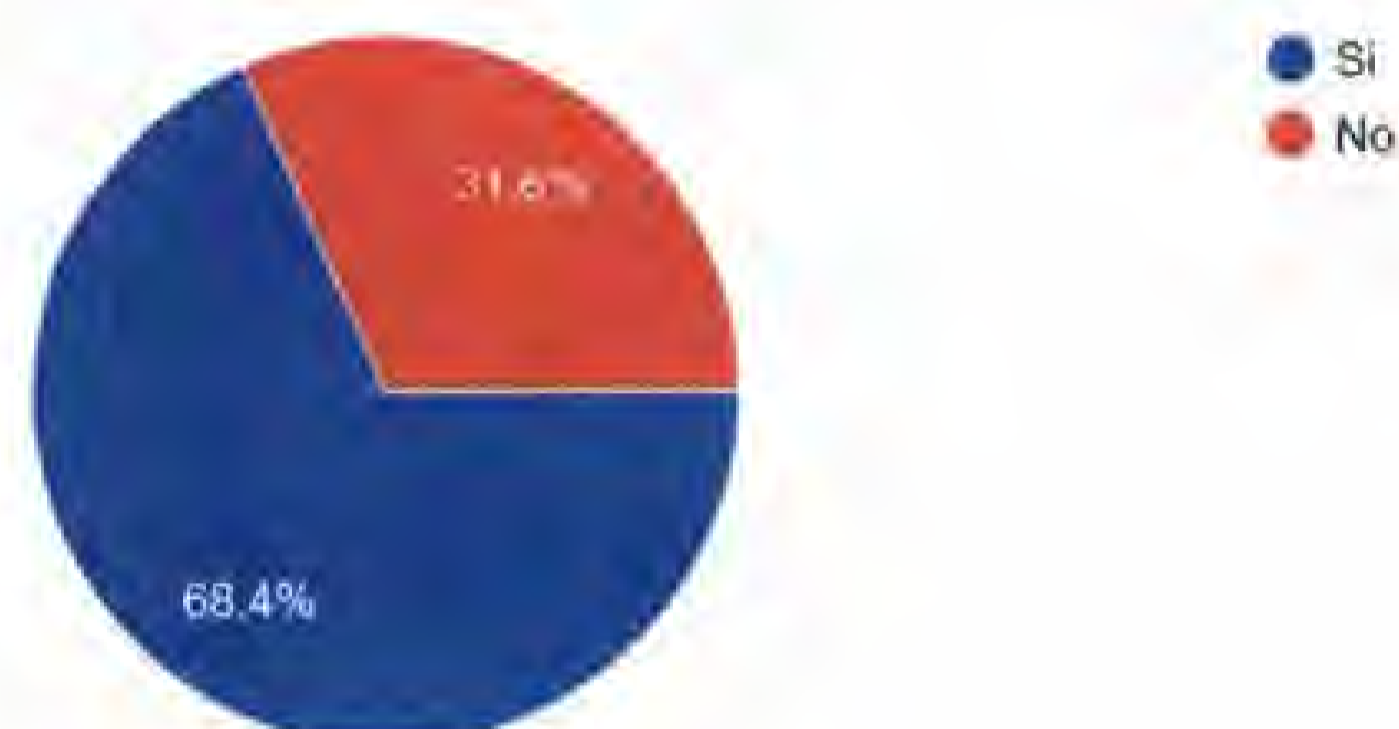
El uso de la plataforma Tik Tok es importante para el 89.5 por ciento de los encuestados mientras que no para el 10.5 por ciento.

### Variable 11

#### ¿USTED CONSUME TIK TOK Y SIGUE LAS CUENTAS?

11. ¿Usted consume el tik tok y sigue las cuentas?

133 respuestas



Fuente: Los encuestados

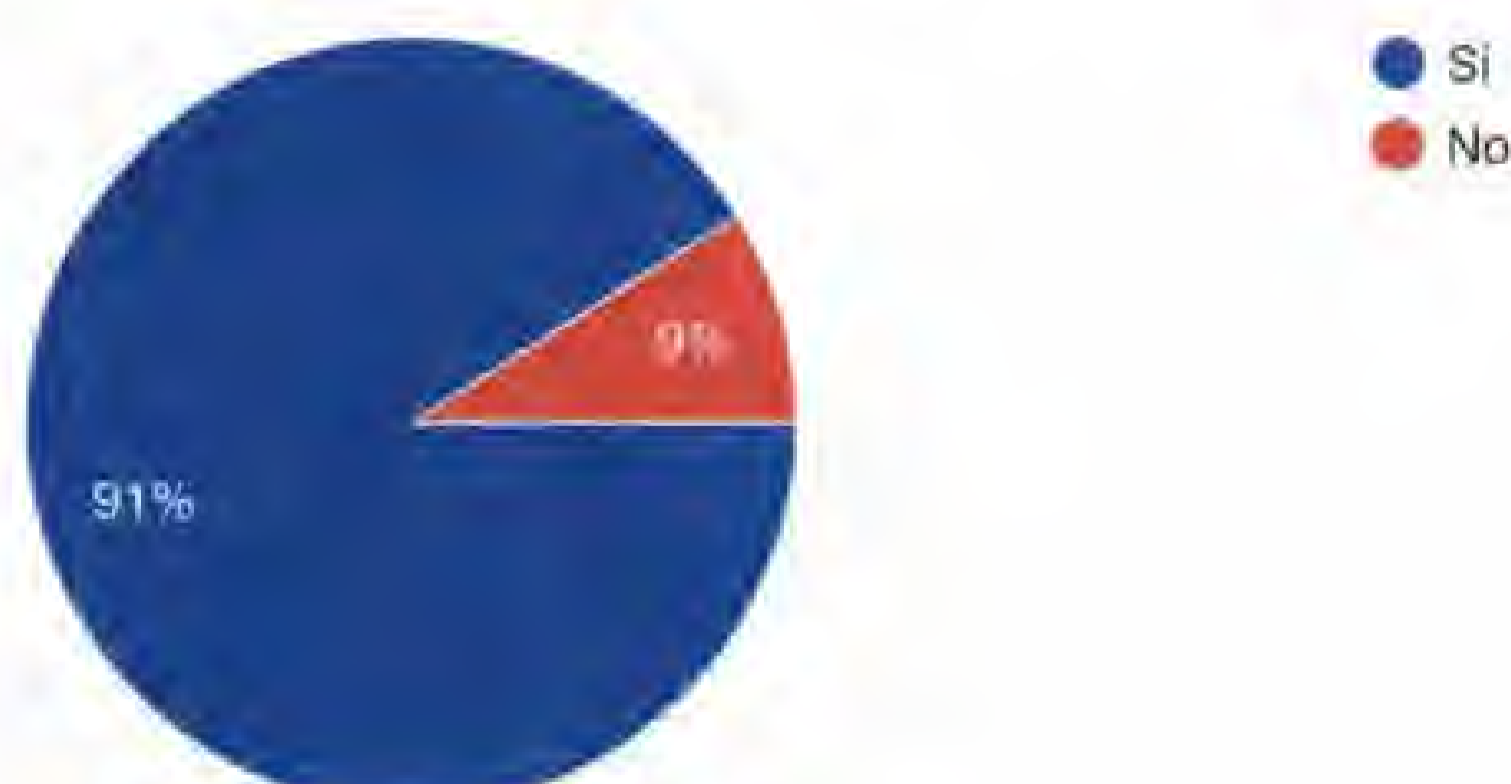
Hay usuarios de la plataforma Tik Tok que consumen las cuentas, pero no las sigue ni le da ningún tipo de interacción como "me gusta". El 68.4 por ciento sigue las cuentas que observa mientras que un 31.6 por ciento respondió que no.

### Variable 12

#### TENDENCIA DEL USO DEL TIK TOK

12. ¿Es una tendencia el uso de la red social Tik Tok para estar informado?

133 respuestas



Fuente: Los encuestados

La plataforma Tik Tok tienen un importante auge en la comunidad y se pueden consumir todo tipo de materiales. En la encuesta, el 91 por ciento dicen que la utilizan para estar informados, mientras que el 9 por ciento dijo que no.

#### **CAPÍTULO IV**

**PROPUESTA DE CREACIÓN DE LA RED SOCIAL TIK TOK PARA AUMENTAR LA  
CANTIDAD DE SEGUIDORES DEL PERIÓDICO DIGITAL DUMAS INFORMA**

#### **4.1 Naturaleza de la propuesta**

Contexto y relevancia: Explica la importancia de las redes sociales en la difusión de contenido informativo y el crecimiento de audiencias en plataformas digitales. Las redes sociales permiten una interacción constante con la audiencia, ya que se pueden responder a comentarios, preguntas y sugerencias, al generar un diálogo y fortalecer la relación con los seguidores

Propósito de la propuesta: Crear una cuenta en TikTok como estrategia para aumentar la visibilidad y el número de seguidores del periódico digital [www.dumasinforma.com](http://www.dumasinforma.com)

Se pretende diseñar una presencia activa en TikTok con la finalidad de atraer a una audiencia joven y diversa y lógicamente incrementar la interacción y el tráfico hacia el sitio web del periódico.

#### **4.2 Análisis de la situación actual**

La plataforma noticiosa [www.dumasinforma.com](http://www.dumasinforma.com) avanza en estos momentos y se abre paso en los medios digitales como una alternativa para los cibernautas que buscan información de primera mano para estar bien informados.

Perfil del público objetivo actual: Para realizar esta investigación se determinó un público que va desde los 18 años a 58 o más y destacar su sexo (masculino y femenino).

Tendencias en TikTok: TikTok es una plataforma que evoluciona constantemente, por lo que estar al tanto de las últimas tendencias es clave para crear contenido atractivo y viral.

##### **4.2.1. Crecimiento exponencial de usuarios**

TikTok ha cambiado la forma de consumir información y entretenimiento. La plataforma se ha convertido en una poderosa herramienta de marketing para empresas y creadores de contenido.

Formato preferido: videos cortos, dinámicos y visualmente atractivos.

#### **4.3 Objetivos de la propuesta**

Objetivo general: Expandir la comunidad de seguidores del periódico Dumas Informa mediante contenido creativo, educativo y relevante en TikTok.

Objetivos específicos: Publicar contenido en formatos innovadores (noticias rápidas, curiosidades, análisis breve).

Fomentar la interacción con los usuarios.

Adaptar el contenido al lenguaje y tendencias de TikTok.

#### 4.4 Estrategias de implementación

Implementar una encuesta de manera efectiva requiere una estrategia bien definida.

##### 4.4.1 Creación de la cuenta oficial:

La dirección de la cuenta del periódico digital es <https://www.tiktok.com/search?q=dumasinforma&t=1738075891302>

##### 4.4.2 Diseño de un perfil atractivo con logo, biografía clara y enlace al sitio web.

Populares

Usuarios

Vídeo

**Usuarios**



**dumasinforma**

Dumas informa · 813 Seguidores

Periodismo Independiente #Panamá



##### 4.4.3 Tipos de contenido

Se trata de un mundo lleno de creatividad y posibilidades

##### 4.4.4 Noticias rápidas

Resúmenes de noticias importantes en menos de 60 segundos.

#### **4.4.5 Datos curiosos**

Información cultural, científica o histórica relevante. Se puede decir que más allá de ser una plataforma con videos cortos, esconde una serie de datos curiosos que reflejan su impacto cultural, su evolución tecnológica y su rápido ascenso en el mundo digital.

#### **4.4.6 Detrás de cámaras**

TikTok es una plataforma que ha revolucionado la forma en que se consume contenido. Detrás de cada video viral, cada efecto especial y cada recomendación personalizada, hay un equipo humano inmenso trabajando arduamente.

Aunque gran parte de este equipo opera detrás de cámaras, su trabajo es fundamental para el éxito de la plataforma.

#### **4.4.7 Tendencias y retos**

Participar en challenges o tendencias relevantes en TikTok resulta ser una excelente manera de aumentar tu visibilidad y conectar con una audiencia más amplia.

#### **4.4.8 Interacción con la audiencia**

Responder a comentarios o realizar preguntas abiertas es muy importante para enganchar mucho más a nuestra audiencia.

#### **4.4.9 Frecuencia de publicación**

Publicaciones diarias de hechos relevantes de actualidad.

### **4.5 Recursos necesarios**

Equipo humano: está compuesto por una amplia variedad de profesionales, cada uno con habilidades y conocimientos especializados. Se debe contar con un creador de contenido especializado en TikTok, además de un editor de video con conocimientos de tendencias y diseño.

#### **4.5.1 Herramientas**

Efectos especiales y filtros, música y sonido y planificación de contenido, entre otros. Se debe contar con software de edición de video (CapCut, Adobe Premiere, etc.), un equipo básico de grabación (smartphone con buena cámara, micrófono, trípode).

#### **4.5.2 Presupuesto**

Detallar gastos aproximados en herramientas, publicidad y recursos humanos.

Teléfono celular con buena cámara B/. 600.00

Trípode B/. 50.00

Luces B/. 40.00

Micrófonos B/. 100.00

Programas pagos: 20.00 mensual

Pago de publicidad mensual en la plataforma B/. 40.00

Creador de contenidos B/. 200 mensual

Total, mensual: 1,050.00

#### **4.5.3 Plan de promoción**

Esto es esencial para alcanzar los objetivos en esta Plataforma

#### **4.5.4 Campañas publicitarias en TikTok Ads**

Se trata de anuncios que se integran de forma nativa en el feed de "Para ti" de los usuarios, los cuáles ofrecen una experiencia visual y atractiva.

#### **4.5.5 Promoción de videos para llegar a nuevas audiencias**

Se deben utilizar varias funciones como "promocionar", la colaboración con otros creadores, participar en "challenges" y tendencias y utilizar los hashtags relevantes.

#### **4.6 Anuncios dirigidos a usuarios interesados en noticias y temas**

Aquí es importante definir cuál es el nicho. En este caso son las noticias y para ello se deben contestar las siguientes interrogantes: ¿Qué tipo de noticias? ¿Política, economía, tecnología, entretenimiento?, ¿Cuál es tu tono? ¿Formal, informal, humorístico? Y ¿cuál es tu valor añadido?, entre otros.

##### **4.6.1 Integración con otras redes sociales**

Si se logra desarrollar este punto se va a tener un mayor alcance, mayor engagement, crecimiento de la comunidad, mayor visibilidad facilitar la gestión donde se verán fortalecidas otras plataformas como Instagram, Facebook y Twitter y va a producir enlaces cruzados para fomentar el tráfico entre plataformas lo cual es un indicador de Éxito para obtener un crecimiento de seguidores.

## CONCLUSIONES

Este proyecto de intervención sirvió para la creación de una cuenta en la plataforma social Tik Tok con la finalidad de aumentar su audiencia y la página web [www.dumasinforma.com](http://www.dumasinforma.com)

\*\* Se destaca el hecho de la importancia que tiene dicha plataforma como una herramienta para comunicar diferentes tipos de contenido donde además de otros géneros está incluido el periodístico.

\*\* El uso de esta plataforma presenta un panorama lleno de oportunidades que sirven para tratar de monetizar con el contenido noticioso

\*\* Con esta nueva alternativa noticiosa, se pueden captar nuevas audiencias, sobre todo, a un público joven, que en esta era digital no consumen noticias de los canales tradicionales.

\*\* Se trata de una plataforma netamente interactiva donde la audiencia logra tener un a participación importante, ya que se pueden generar conversaciones y una retroalimentación valiosa, porque se puede ayudar con el aporte además de que permite rectificar una información de no ser sólidamente cierta.

\*\* El uso de esta plataforma sirve para que aumente la audiencia en la página web, ya que solamente se da una parte en esta y muchas veces se invita a los usuarios a trasladarse a la web en caso de que le interese una información.

\*\* La forma en que se presenta la información es muy atractiva debido a que se tiene que hacer un contenido dinámico, con nuevos formatos y sobre todo la parte visual de imágenes con calidad.

\*\* Quienes son usuarios de la plataforma tienen que adaptarse a las nuevas formas de consumo de noticias, por ello estas deben ser precisas y concisas.

\*\* Muchas personas que consumen videos o fotografías en la plataforma, necesariamente no siguen o interactúan con esta.

\*\* De acuerdo con el tipo de consumo que tenga el usuario, hace que se activen los algoritmos para que se le presenten los contenidos que busca.

\*\* En el caso de noticias, la plataforma no exista exenta de que aparezcan desinformaciones o Fake news, por la cual se debe confirmar una noticia al ingresar a otras cuentas para su debida verificación.

## RECOMENDACIONES

- \*\* Al utilizar la plataforma Tik Tok el creador de contenido debe conocer primero que es la plataforma, qué se publica y cuáles son las formas más agradables para el consumo del usuario, si lo hace a través de videos o fotografías.
- \*\* Se debe contar con un buen equipo para la obtención de las noticias, estas comprenden buenos celulares o cámaras fotográficas, micrófonos y luces.
- \*\* Planificar qué tipo de contenido se va a presentar a los usuarios, que tengan un atractivo y sean de interés general.
- \*\* Se debe invertir en la publicidad de la misma plataforma para que los trabajos presentados lleguen a una mayor audiencia.
- \*\* Si le interesa publicitar su periódico digital, el uso de la plataforma Tik Tok es de gran ayuda en este objetivo.
- \*\* Es importante que los creadores de contenido puedan interactuar con su audiencia y responder a las preguntas y sugerencias de la comunidad.
- \*\* Hay que monitorear qué está realizando la posible competencia en cuanto a la publicación de informaciones, pero lo que se publique debe ser original y evitar las copias.
- \*\* Siempre hay que hacer mediciones de las publicaciones que se hagan para mejorar el contenido que se ofrece y qué tipo de informaciones les gusta a los seguidores.
- \*\* Buscar el apoyo de personal con experiencia para que pueda contribuir a realizar publicaciones que sean del agrado e interés del público.

## GLOSARIO

1. **Tik ToK:** En esta plataforma coexisten distintos tipos de entretenimiento; sin embargo, su algoritmo secreto pone en duda si visibiliza en mayor medida a jóvenes que cumplen con ciertos estereotipos de belleza. (Quiroz)
2. **Redes sociales:** Las redes sociales se han convertido en el canal de comunicación y en el medio habitual de información por excelencia. Con ello, se ha incrementado la preocupación sobre las consecuencias de su uso, y de qué manera pueden influir a la hora de enfrentar problemas sociales y construir identidades. (scribano-Muñoz)
3. **Páginas web:** Como ya se sabe las páginas Web son el aspecto exterior de la WWW, son documentos electrónicos que presentan información en distintos formatos y suele contar con hipervínculos para hacer la navegación entre páginas más fácil. (Pacherres Muñoz)
4. **Periódico digital:** Se explica no sólo el nuevo papel de los periodistas, sino el papel de la información audiovisual en este periódico digital, para lo que se analiza la calidad del contenido, la estructura, así como el cumplimiento de los códigos deontológicos inherentes a la calidad del producto informativo del periódico. (Carrero)
5. **Videos:** Los contenidos de consumo rápido y desenfadado que caracterizan a esta red social (Tik Tok) podrían haber servido de válvula de escape ante el confinamiento. (Herencia)
6. **Fotografías:** El color es un componente fundamental y decisivo en nuestras fotografías. Estimula los sentidos, influye en nuestras emociones, y resulta esencial como parte de la comunicación dentro del lenguaje visual. (Brau)
7. **Periodismo digital:** Así como los medios digitales han experimentado una evolución en los últimos años, cada vez más los periodistas y dueños de medios coinciden en que no solo deben cambiar las plataformas, sino también los modelos de negocio que se usan en la industria mediática. (Cárdenas)
8. **Emprendimiento digital:** El emprendimiento es una competencia que va más allá de la creación de una empresa. Si lo centramos en el mundo digital, surge lo que se conoce como competencia de emprendimiento digital. (Román-García)

9. **Aplicaciones:** En la actualidad se ha incrementado la demanda para desarrollar aplicaciones web por parte de las empresas u organizaciones que ofrecen sus servicios y/o productos a través de la web empleando tecnologías actuales, estas disponen de “frameworks” que ayudan a crear web de forma rápida, estructurada y ofrecen un conjunto de API integradas. (Yagual)
10. **Algoritmos:** Los algoritmos se han convertido en actores del ámbito social, económico, político y cultural en los últimos años. La vida cotidiana y las decisiones de los ciudadanos están cada vez más vinculadas a modelos matemáticos y al big data. (García-Orosa)

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ariza. «Una radiografía del uso de Tik Tok en Argentina.» 2022. *Revista Tsafiqui*.  
<<https://www.academica.org/andrea.ariza/20>>.
- Barroso, Garcia. « Actas del X Encuentro Práctico de Profesores de ..., 2020.» 2020. *Aprendiendo español al ritmo de Tik-Tok*.  
<[https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca\\_ele/publicaciones\\_centros/PDF/delhi\\_2020/09\\_garcia-barroso.pdf](https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/publicaciones_centros/PDF/delhi_2020/09_garcia-barroso.pdf)>.
- Brau, Gabriel. «LA MAGIA DEL COLOR.» *Toto Ruta Colección* julio de 2020.  
<[https://www.federaciofotografia.cat/sites/default/files/noticies/4ficha\\_tecnica.pdf](https://www.federaciofotografia.cat/sites/default/files/noticies/4ficha_tecnica.pdf)>.
- Caissón. Mayo de 2020. *OBSERVATORIO DE MEDIOS, COMUNICACIÓN Y CULTURA*.  
<[https://elibro.net/es/ereader/upanama/138500?as\\_all=medios\\_\\_de\\_\\_comunicaci%C3%B3n&as\\_all\\_op=unaccent\\_\\_icontains&prev=as](https://elibro.net/es/ereader/upanama/138500?as_all=medios__de__comunicaci%C3%B3n&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as)>.
- Cárdenas, Arutam Antunish. «Periodismo digital y emprendimiento en pandemia: mapeo del surgimiento de medios en Ecuador.» 2021.  
<<https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/perdebate/article/view/2327/2859>>.
- Carrero, Oliver. «Cambios en el Periodismo durante el estado de alarma en España: El uso del video en El País.» *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 2020.  
<[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/98302858/4564456555832-libre.pdf?1675682284=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DCambios\\_en\\_el\\_Periodismo\\_durante\\_el\\_esta.pdf&Expires=1738163973&Signature=bY4iYm9N1X26-iG9zSvVw7nLzLj0v37Hi1uoEpPAZdMI06n->](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/98302858/4564456555832-libre.pdf?1675682284=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DCambios_en_el_Periodismo_durante_el_esta.pdf&Expires=1738163973&Signature=bY4iYm9N1X26-iG9zSvVw7nLzLj0v37Hi1uoEpPAZdMI06n->)>.
- Casasús. «LAS TECNOLOGÍAS PERIODÍSTICAS: DESDE EL AYER AL MAÑANA.» 2002. *Nuevos conceptos teóricos para la Investigación en el Periodismo digital*.  
<<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/97977/Cap%C3%ADtulo%2011.pdf?sequen>>.
- Castro, Moreno. 2016. *EMPRENDIMIENTO Y PLAN DE NEGOCIO*.  
<[https://elibro.net/es/ereader/upanama/67489?as\\_all=emprendimiento&as\\_all\\_op=unaccent\\_\\_icontains&prev=as](https://elibro.net/es/ereader/upanama/67489?as_all=emprendimiento&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as)>.
- Ceballos. «Universidad Siglo XXI.» 2020. *TIK TOK COMO INNOVACION EDUCATIVA EN EL IPEM N° 193*.  
<<https://repositorio.21.edu.ar/handle/ues21/19291>>.
- Danza, Rubiano. febrero de 2023. *Periodismo digital en los medios regionales: subuso tecnológico y notario de redes*.  
<[https://elibro.net/es/ereader/upanama/246450?as\\_all=periodismo\\_\\_digital&as\\_all\\_op=unaccent\\_\\_icontains&prev=as](https://elibro.net/es/ereader/upanama/246450?as_all=periodismo__digital&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as)>.
- Díaz, Castellanos. «Razón y Palabra,» 2011. *DE LO IMPRESO A LO DIGITAL LA MIGRACIÓN DE LOS PERIÓDICOS IMPRESOS DE AMERICA LATINA A LOS ENTORNOS DIGITALES*.  
<<https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520010063.pdf>>.
- Fernández, Peña. «Feminismo, identidad de género y polarización en TikTok y Twitter.» enero de 2023. *Universidad del País, vasco*. <<https://addi.ehu.es/handle/10810/59555>>.

- FORCHENEY. 2018. *LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN Y EL LENGUAJE ORAL DEL ESTUDIANTE DE LA LICENCIATURA EN PERIODISMO DEL CRUPO*.  
<<https://core.ac.uk/download/pdf/228858793.pdf>>.
- García. «Editorial DYKINSON, S.L.» 2007. *Aproximaciones al periodismo digital*.  
<[https://elibro.net/es/ereader/upanama/35661?as\\_all=periodismo\\_\\_digital&as\\_all\\_op=unaccent\\_\\_icontains&prev=as](https://elibro.net/es/ereader/upanama/35661?as_all=periodismo__digital&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as)>.
- García-Orosa, Berta. «Algoritmos y comunicación: Revisión sistematizada de la literatura.» *Comunicar. Revista científica de comunicación y educación* Enero de 2023.  
<[https://www.researchgate.net/profile/Jorge-Vazquez-Herrero-2/publication/363891958\\_Algorithms\\_and\\_communication\\_A\\_systematized\\_literature\\_review\\_Algoritmos\\_y\\_comunicacion\\_Revision\\_sistematizada\\_de\\_la\\_literatura/links/6398c5b9095a6a777428e41f/Algorithms-an](https://www.researchgate.net/profile/Jorge-Vazquez-Herrero-2/publication/363891958_Algorithms_and_communication_A_systematized_literature_review_Algoritmos_y_comunicacion_Revision_sistematizada_de_la_literatura/links/6398c5b9095a6a777428e41f/Algorithms-an)>.
- Glöckler. «Crecer sanamente con lo medios digitales.» septiembre de 2019. *1. Medios Digitales. I. Mampaey, Mariana, trad. II. Título. CDD 649.7*.  
<[https://elibro.net/es/ereader/upanama/201540?as\\_all=medios\\_\\_digitales&as\\_all\\_op=unaccent\\_\\_icontains&prev=as](https://elibro.net/es/ereader/upanama/201540?as_all=medios__digitales&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as)>.
- Herencia, Carlos A. Ballesteros. «La propagación digital del coronavirus: Midiendo el engagement del entretenimiento en la red social emergente TikTok.» *Revista Española de Comunicación en Salud* 2020. <<https://e-revistas.uc3m.es/index.php/RECS/article/view/5459>>.
- Kirberg, Schnarch. agosto de 2019. *Marketing para Emprender*.  
<[https://elibro.net/es/ereader/upanama/127104?as\\_all=emprendimiento&as\\_all\\_op=unaccent\\_\\_icontains&prev=as](https://elibro.net/es/ereader/upanama/127104?as_all=emprendimiento&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as)>.
- Mondejar, Martínez. 2012. *LIBETAD DE EMPRENDER*.  
<[https://elibro.net/es/ereader/upanama/271040?as\\_all=emprendimiento&as\\_all\\_op=unaccent\\_\\_icontains&prev=as](https://elibro.net/es/ereader/upanama/271040?as_all=emprendimiento&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as)>.
- Pacherres Muñoz, Liliana Raquel. «Páginas web Introducción, conceptos, creación de sitios Web, diseño de páginas WEB, herramientas para generar páginas WEB, tipos, principales funciones, aplicaciones.» *Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle* 2019.  
<<https://repositorio.une.edu.pe/entities/publication/0532254c-fc7b-4294-a27e-b40dbd263649>>.
- Quintas-Froufe. «Editorial Gedisa, S.A.» Septiembre de 2021. *LOS ESTUDIOS DE LA AUDIENCIA*.  
<[https://elibro.net/es/ereader/upanama/218847?as\\_all=audiencia&as\\_all\\_op=unaccent\\_\\_icontains&prev=as](https://elibro.net/es/ereader/upanama/218847?as_all=audiencia&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as)>.
- Quiroz, Natalia Tamara. «Tiktok. The favorite app during the isolation.» *Revista Argentina de Estudios de Juventud; no. 14* 2020. <<https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/109976>>.
- Redondo. mayo de 2018. *Verificación digital para periodistas*.  
<[https://elibro.net/es/ereader/upanama/59135?as\\_all=periodismo\\_\\_digital&as\\_all\\_op=unaccent\\_\\_icontains&prev=as](https://elibro.net/es/ereader/upanama/59135?as_all=periodismo__digital&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as)>.

- Román-García, María del Mar. «La competencia de emprendimiento digital en función del género: el proyecto EmDigital.» *Hachetetepé. Revista científica de Educación y Comunicación* 2022. <<https://rodin.uca.es/handle/10498/26683>>.
- scribano-Muñoz, Carmen E. «Confluencias entre pensamiento crítico y redes sociales.» *Revista Complutense de Educación* 2024. <<file:///C:/Users/riduc/Downloads/363-379.pdf>>.
- Soto, Velasco. «REVISTA SABERES APUDEP.» 2023. *USO DE PLATAFORMAS Y HERRAMIENTAS VIRTUALES, COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN EN TIEMPO DE CRISIS*. <<https://pdfs.semanticscholar.org/27ac/cbcc20e44495038fed1a8056dd10f895149d.pdf>>.
- Tinoco, Osorio. julio de 2015. <[https://elibro.net/es/ereader/upanama/70350?as\\_all=emprendimiento&as\\_all\\_op=unaccent\\_\\_icontains&prev=as](https://elibro.net/es/ereader/upanama/70350?as_all=emprendimiento&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as)>.
- Triviño, Bernal. «Herramientas digitales para periodistas.» diciembre de 2014. <<http://www.editorialuoc.com>>.
- Uribe. mayo de 2013. *Emprendimiento y Empresarismo*. <[https://elibro.net/es/ereader/upanama/70216?as\\_all=emprendimiento&as\\_all\\_op=unaccent\\_\\_icontains&prev=as](https://elibro.net/es/ereader/upanama/70216?as_all=emprendimiento&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as)>.
- Vallejo, Salazar. «TikTok como plataforma de difusión educativa en Ecuador y Perú.» junio de 2023. *2023 18th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)*. <<https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/10211763>>.
- Vasquez, Uguina. «El impacto de las redes sociales y de la audiencia activa en el periodismo.» 2023. *Repositorio comillas*. <<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/68435>>.
- Yagual, Carlos Andrés Castillo. «Frameworks PHP basados en la arquitectura Modelo-Vista-Controlador para desarrollo de aplicaciones web.» *Revista Científica y Tecnológica UPSE (RCTU)* Junio de 2023. <[http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1390-76972023000100070](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-76972023000100070)>.
- Yuste. Enero de 2022. *Redes sociales*. <<http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/eu/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=1>>.

ANEXO

**Universidad de Panamá**  
**Vicerrectoría de Investigación y postgrado**  
**Facultad de Comunicación Social**  
**Maestría en Periodismo Digital**  
**Encuesta**

Te invitamos a participar en la siguiente encuesta que contiene 12 preguntas de gran valor para este servidor, sobre nuestro trabajo de Intervención de la Maestría en Periodismo Digital de la Universidad de Panamá titulada “Creación de la red social Tik Tok para aumentar la cantidad de seguidores del periódico digital Dumas Informa” que nos ayudara comprender mejor el uso de esta plataforma.

1. Edad: Alternativas  
 18 – 28                  28- 38                  38-48                  49 o más
2. Sexo  
 Masculino                  Femenino
3. Conoce usted el periódico digital Dumas Informa  
 Sí                                  No
4. Qué tipo de contenido le atrae del periódico Dumas Informa  
 Entretenimiento                  Farándula  
 Noticias                                  Tecnología
5. Consume las noticias publicadas por el periódico Dumas Informa  
 Sí                                  No
6. Cuenta usted con la plataforma Tik Tok  
 Sí                                  No
7. A través del Tik Tok podría conocer más sobre el periódico digital Dumas Informa  
 Sí                                  No
8. Qué tipo de material informativo consume en la Plataforma Tik Tok  
 Nacionales                                  Mundo  
 Ingenio                                  Cultura



Panamá Oeste, 12 de febrero de 2025

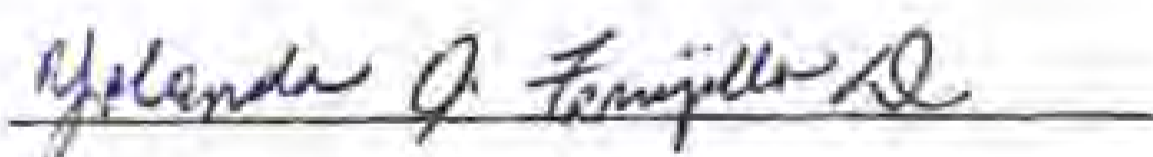
A quien concierna  
Universidad de Panamá  
Facultad de Comunicación Social  
Programa de Maestría en Periodismo Digital  
E S D

Respetada autoridad:

Por medio de la presente, yo, Yolanda Trujillo, con cédula de identidad 8-415-214, asesora de redacción, ortografía y sintaxis de la tesis realizada por Rigoberto Castellero, con cédula de Identidad 8-352-330 para optar al título de Magíster en Periodismo Digital.

Hago constar que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

Atentamente,



Yolanda Trujillo

Cédula 8-415-214

Adj. Diploma de licenciatura.

# UNIVERSIDAD DE PANAMA

LA FACULTAD DE

## Humanidades

DE ACUERDO A LA FACULTAD QUE LE CONFIEREN LA LEY Y EL REGAMENTO UNIVERSITARIO, SE LE HACE CONSTAR QUE

### Yolanda Alicia Trujillo Delgado

HA TERMINADO LOS ESTUDIOS Y CUMPLIDO CON LOS REQUISITOS QUE LE HACEN ACREDOR AL TITULO DE

### Licenciada en Humanidades con Especialización en Español

Y EN VIRTUD DE LA LEY SE LE CONCEDE TAL GRADO CON TODOS LOS DERECHOS, PRIVILEGIOS Y FACULTADES RESPECTIVOS, EN TESTIMONIO DE LO CUAL SE LE ESTE DECRETANDO EN LA CIUDAD DE PANAMA A LOS

diez y seis días del mes de *Julio* DE MIL NOVECIENTOS *noventa y seis*

*[Signature]*

*[Signature]*

