



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA DE ARTES ESCÉNICAS

**PROYECTO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ARTES
ESCÉNICAS**

NOMBRE DEL ESTUDIANTE:

MARJORIE MAOLY GALARZA MERO

TÍTULO DEL TRABAJO:

**“ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN PARA UNA ADAPTACIÓN DE LA OBRA ROMEO Y
JULIETA, A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA TIKTOK”**

TUTORES:

TUTOR METODOLÓGICO

Lcdo. Orlando Rafael Lazo Pastó

TUTOR PRAXIS.

Lcdo. Luis Mario Echeverria Estrella

Dedicatoria

A mis amadas hijas Sol y Luna gracias por la comprensión y paciencia durante estos últimos cinco años en el que he dedicado gran parte de mis energías y tiempo a mis estudios. No lo hubiera podido lograr si no fuera por su buen comportamiento y respeto. Cada esfuerzo y sacrificio fue con la esperanza de brindarles un futuro mejor y un ejemplo de constancia. Ustedes son mi mayor logro y motivación, siempre seremos el mejor equipo, las amo.

A quien me guía y cuida desde otra dimensión mi querido viejo Lucho, abrazos dónde estés.

Agradecimiento

A mi hija Sol, por ser quien a cuidado y guiado a su hermana durante mi ausencia, no hubiera podido sin ti Solemio.

A mis hermanos en especial a Gustavo y Yamel por siempre apoyarme en este proceso, a mis madres, sobrinos, amigos, las dancing, mis compañeros de aula y de tablas, a todos los que han guiado y cuidado a mis hijas cuando pase en ensayos o clases.

A mis docentes, Flavio Romero Valdez por su paciencia y motivación a lo largo de la carrera, Luis Echeverría por su apoyo incondicional, por enseñarme a enamorar de lo que hago y creer en mí, a mi tutor y padrino Orlando Lazo por su motivación y ejemplo y a todos los docentes que caminaron en este procesó, me llevó lo mejor de ustedes.

A la universidad San Gregorio de Portoviejo, en especial a la carrera de Artes Escénicas.

Gracias a todos los que me han sostenido en los momentos de debilidad.

Con profundo cariño y gratitud,

MaoGal

Resumen

El trabajo explora cómo es posible realizar una difusión de una puesta en escena de la obra de "Romeo y Julieta" puede difundirse a través de TikTok, abordando su relevancia y accesibilidad para las nuevas generaciones. En la socialización del teatro a través del formato vertical breve y visual, así como su formato puede renovar el interés por el drama clásico en un público juvenil. La investigación propone una estrategia de difusión que integra elementos claves de la obra con las características únicas de TikTok, utilizando técnicas de narración visual y participación para captar la atención de la audiencia. El estudio demuestra la efectividad de estos métodos generando apreciación por el teatro clásico. Se sugiere la difusión futura de las adaptaciones literarias y teatrales en plataformas digitales para medir el impacto a largo plazo en la percepción del público juvenil hacia la lectura y el teatro clásico.

Palabras claves: adaptación, TikTok, Romeo y Julieta, teatro clásico, estrategia de difusión.

Abstract

The paper explores how the classic play "Romeo and Juliet" can be adapted and disseminated through TikTok, addressing its relevance and accessibility for new generations. It highlights the importance of social networks, especially TikTok, in the democratization of art and literature, and how its brief and visual format can renew interest in classical theater among young audiences. The research proposes a dissemination strategy that integrates key elements of the play with the unique characteristics of TikTok, using visual storytelling and engagement techniques to capture the audience's attention. The study demonstrates the effectiveness of these methods in overcoming barriers of access and comprehension, generating appreciation for classical theater. Future exploration of literary and theatrical adaptations on digital platforms is suggested to evaluate different dissemination strategies and their long-term impact on young audiences' perception of literature and classical theater.

Keywords: adaptation, TikTok, Romeo and Juliet, classical theater, dissemination strategy.

Índice

Dedicatoria.....	I
Agradecimiento.....	II
1 Introducción.....	1
2 Planteamiento Del Problema.....	4
3 Justificación.....	5
4 Objetivos.....	7
4.1 Objetivo general.....	7
4.2 Objetivos específicos.....	7
5 Marco Teórico.....	8
5.1 La Producción teatral.....	8
5.2 La plataforma TikTok.....	10
5.3 Las estrategias de difusión en TikTok.....	14
6 Metodología.....	16
6.1 Fase 1: Análisis de la Audiencia y Planificación Estratégica.....	17
6.2 Fase 2: Creación y Adaptación de Contenido.....	19
6.3 Fase 3: Publicación y Promoción.....	21
6.4 Fase 4: Medición, Análisis y Ajuste.....	22
7 Resultados Y Discusión.....	25
7.1 DISCUSIÓN.....	39
8 Conclusiones.....	43
9 Bibliografía.....	45

Índice de tablas

Tabla 1 Visualización de todos los videos subidos a la plataforma de TikTok 25

Tabla 2 Catalogación de los videos con más interacciones en TikTok 38

Índice de ilustraciones

Ilustración 2 Fuente de tráfico TikTok.....	42
Ilustración 3 Espectadores promedio por país en TikTok.....	43

1 Introducción

Este enfoque temático contempla un interés académico analítico por comprender, cómo pueden las obras de teatro clásico ser difundidas y/o promovidas a través de canales de comunicación modernos, como las redes sociales. Para lograrlo se centra el objeto de estudio de la presente investigación en la difusión de momentos claves de la puesta en escena de una adaptación de la obra de teatro “Romeo y Julieta”, a través de la red social de TikTok, lo que solo se puede visualizar desde un formato de aspecto 9:16¹, potenciando que lo visual acapare toda la pantalla del espectador o audiencia target, pues al utilizar el formato mencionado, se busca incidir en una audiencia más enfocada en nuestro nicho que es el teatro.

Por ende, la relevancia de la presente investigación radica en explorar cómo TikTok, una plataforma de redes sociales predominantemente utilizada por las generaciones más jóvenes, puede ser un medio innovador para la difusión de clásicos teatrales como “Romeo y Julieta” de William Shakespeare. Este trabajo aborda una perspectiva sobre la posibilidad de realizar difusión de obras clásicas (que pueden ser adaptadas o no) en diversos formatos digitales y breves como los *reels*, *tik toks* y *short de Youtube*, ofreciendo así una vía accesible y atractiva para acerca estas obras a las generaciones emergentes.

A través de esta investigación, se busca comprender cómo la adaptación de contenidos clásicos (específicamente dramáticos) en plataformas modernas puede contribuir al enriquecimiento de la apreciación y al consumo del teatro universal entre el público joven. Su alcance trasciende la mera identificación de la relevancia inherente a la difusión y/o promoción de obras clásicas en el contexto digital contemporáneo en donde nos vemos inmersos cotidianamente;

¹ Es una relación de aspecto de la imagen determinado en pixeles como 1080x1920, que permite visualizar de mejor manera los videos en formato vertical.

para explorar el potencial que las redes sociales, particularmente TikTok, presentan como medios de difusión cultural. Para ello se concentra con especial interés en el ámbito del teatro clásico, un sector que, a pesar de su inestimable valor histórico y artístico, enfrenta el desafío de mantener su pertinencia y atractivo para las generaciones más jóvenes, acostumbradas a un ritmo de consumo de información más rápido y formatos de contenido más breves y visualmente sugestivos.

En tal sentido, la investigación propone examinar; cómo las características únicas de TikTok: su formato vertical, su naturaleza efímera y su capacidad para fomentar la creación de contenido dinámico y participativo (Valencia et al., 2020), pueden ser aprovechadas para renovar y revitalizar la difusión y/o promoción de obras teatrales clásicas. Se busca, por tanto, desentrañar las estrategias mediante las cuales esta plataforma puede servir, no solo como un canal para la transmisión de contenido cultural, sino también como un espacio interactivo que promueva la reflexión crítica y la apreciación estética entre el público joven.

En lo relacionado a nuestro público meta, y de acuerdo con Prabayanti et al. (2021) se sabe que existe una relación positiva entre los patrones de consumo de medios como TikTok y los estudiantes de secundaria, que conducen a la motivación para aprender. Esto último puede extrapolarse a nuestro objeto de estudio, en lo relacionado a la difusión y al consumo del teatro, pero también puede ser una entrada para otros campos artísticos que quieren usar TikTok como medio de aprendizaje y consumo de sus productos por las generaciones jóvenes.

TEMA:

ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN PARA UNA ADAPTACIÓN DE LA OBRA ROMEO Y
JULIETA, A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA DE TIKTOK

2 Planteamiento Del Problema

En el actual escenario cultural, profundamente influenciado por el auge de la tecnología digital, la dramaturgia clásica se ve confrontada con el desafío sustancial de preservar su relevancia y asegurar su accesibilidad para las generaciones emergentes. Estas generaciones, inmersas desde su nacimiento en un entorno mediático digitalizado, poseen patrones de consumo cultural marcadamente distintos a los de sus predecesores. En este contexto, la obra "Romeo y Julieta" de William Shakespeare, pese a su innegable estatus como piedra angular de la literatura mundial, corre el riesgo de ser percibida como obsoleta o de difícil acceso por parte de una audiencia juvenil acostumbrada a la interactividad y la inmediatez que caracterizan a las plataformas digitales y redes sociales contemporáneas.

Este desafío es de gran importancia por la naturaleza efímera del consumo de contenido en la era digital, lo cual plantea la necesidad de adaptar continuamente las estrategias de comunicación y presentación para capturar la atención de un público joven volátil. Por lo tanto, la tarea de hacer que adaptaciones de "Romeo y Julieta", como la propuesta en esta investigación, así como otras obras clásicas, resulten accesibles y atractivas para las nuevas generaciones, trasciende la mera superación de las barreras lingüísticas y estilísticas; requiere una reinención de los métodos a través de los cuales estas narrativas se comparten, socializan y experimentan en el siglo XXI.

La brecha entre el conocimiento y consumo del teatro clásico y las nuevas generaciones puede ser abordada, entre muchas aristas, a través de las redes sociales, vistas como herramientas para generar interés sobre estos fenómenos en los jóvenes. En este contexto, TikTok emerge como

una herramienta potencialmente valiosa para la difusión y reconocimiento del drama clásico de una manera atractiva y accesible para una audiencia joven.

Las redes sociales, al ofrecer formatos dinámicos y participativos, podrían ser clave en la socialización, difusión y promoción de obras dramáticas clásicas, haciéndolas más visibles y atractivas para las generaciones emergentes. Por lo tanto, el objeto principal de esta investigación es explorar cómo TikTok puede ser utilizado para este fin.

Una difusión en TikTok de la adaptación propuesta implica la comprensión del cómo se presenta la obra al público. Esto incluye mostrar el proceso tras bastidores de la producción teatral, desde la preparación del escenario y las luces hasta el trabajo de los actores y el equipo, en un formato atractivo para el usuario de TikTok. La estrategia debe aprovechar la naturaleza visual e inmediata de la plataforma, ofreciendo contenido entretenido y participativo, invitando a la audiencia a interactuar con la puesta en escena de maneras nuevas y creativas.

De acuerdo con lo antes argumentado, podemos formular la siguiente pregunta de investigación: ¿cómo puede contribuir una estrategia de difusión en la red social TikTok a acercar la adaptación del clásico Romeo y Julieta a las nuevas generaciones?

3 Justificación

Como ya se ha mencionado, la presente investigación se centra en la estrategia de difusión para una adaptación de la obra clásica "Romeo y Julieta" a través de la plataforma digital TikTok, con un enfoque particular en el proceso integral de preparación y producción teatral. Este enfoque abarca desde la conceptualización inicial, pasando por la preparación del escenario, el diseño de iluminación, la selección y ensayo de actores, hasta el montaje final y la ejecución de la obra.

La estrategia no pretende adaptar el contenido de "Romeo y Julieta" a TikTok, sino más bien utilizar esta plataforma para ofrecer una ventana detrás de escena a los procesos creativos y técnicos que dan vida a esta adaptación teatral, con el objetivo de conectar de manera significativa con las nuevas generaciones y fomentar un mayor interés y aprecio por el teatro clásico.

Actualmente los medios digitales han evolucionado, y ahora están caracterizados por el predominio de las redes sociales y las plataformas de contenido breve y visualmente atractivo, en este medio TikTok surge como una herramienta poderosa para capturar la atención de las audiencias jóvenes. Esta plataforma se distingue por su capacidad de generar tendencias, fomentar la creatividad y facilitar una interacción dinámica entre creadores y espectadores. Al emplear TikTok como medio para la difusión de los procesos detrás de la puesta en escena de esta adaptación de "Romeo y Julieta", se busca no solo acercar el teatro a un público que podría percibirlo como distante o inaccesible, sino también demostrar la relevancia contemporánea y el valor cultural de esta obra clásica.

La estrategia implica la creación de contenido diverso que muestre los distintos aspectos del montaje teatral. Ello incluye vídeos cortos que documenten el diseño y construcción del escenario, la selección de vestuario, los ensayos de los actores, las decisiones de dirección, la planificación de la iluminación y el sonido, entre otros elementos clave que contribuyen a la realización de la obra. Al compartir estos aspectos, se pretende no solo educar y entretener al público, sino también despertar interés por el trabajo colectivo y la creatividad que implica la producción teatral.

Con este proyecto se busca superar varios desafíos, el más importante, la necesidad de sintetizar información compleja y técnica en formatos breves y atractivos, adecuados para las preferencias de consumo de la plataforma TikTok. Las oportunidades que brinda esta estrategia

son de difusión son muy significativas, pues permite una difusión amplia y efectiva que puede llegar a audiencias globales, generar interés renovado en el teatro clásico y motivar a las personas a explorar y apoyar las artes escénicas. La interactividad de TikTok también ofrece un espacio para el diálogo y la retroalimentación directa de los espectadores, lo que puede enriquecer la experiencia tanto para los creadores como para el público.

En suma, esta estrategia de difusión a través de TikTok se alinea con objetivos educativos y culturales más amplios, al buscar no solo aumentar la visibilidad y el interés por obras dramáticas clásicas y sus adaptaciones, sino también fomentar un entendimiento más profundo de los procesos creativos y técnicos detrás del teatro. Al hacerlo, se contribuye al enriquecimiento de la cultura teatral, promoviendo una apreciación más amplia de las artes y sus contribuciones a la sociedad.

4 Objetivos

4.1 Objetivo general

- Implementar una estrategia de difusión para la puesta en escena de una adaptación de la obra 'Romeo y Julieta' de William Shakespeare a través de la plataforma TikTok, para la generación de mayor alcance y accesibilidad a un público joven, amplio y diverso.

4.2 Objetivos específicos

- Analizar los elementos claves que deben considerarse en la difusión de una puesta en escena de una adaptación de la obra de teatro en TikTok.
- Mostrar el proceso del montaje de la obra “Romeo y Julieta” a través de videos cortos en la plataforma de TikTok.
- Generar expectativas en los seguidores a través de la subida de capsulas sobre el proceso de montaje de la obra “Romeo y Julieta.

5 Marco Teórico

En el presente marco teórico abordaremos la producción teatral y su complejo entramado de elementos artísticos y técnicos que trabajan en conjunto para crear una experiencia inmersiva para el público. Así mismo, abordaremos la importancia de la escenografía y los componentes clave como el texto dramático, la dirección, la actuación, el diseño escénico, de vestuario, iluminación y sonido. Además, analizaremos la evolución de la dramaturgia y su adaptación a los cambios culturales y tecnológicos, incluyendo el teatro de objetos y títeres con su enfoque fenomenológico. Por otro lado, expondremos la plataforma TikTok, su impacto en la difusión de contenido cultural, artístico y educativo, así como su rol en el marketing digital durante la pandemia de COVID-19. Finalmente, abordaremos las estrategias de difusión para contenidos específicos en TikTok, considerando la cultura participativa, la calidad del contenido, la autenticidad y la conexión emocional con la audiencia.

5.1 La Producción teatral

La producción teatral es un complejo entramado de elementos artísticos y técnicos que trabajan en conjunto para crear una experiencia inmersiva y significativa para el público. La escenografía, que integra elementos visuales, artísticos y creativos, es importante en el proceso teatral, estableciendo el tono y el contexto de la obra. Abdullah y Sikandar (2020) destacan la importancia de la yuxtaposición de elementos artísticos y principios de creación en la invención de la escenografía dentro de las producciones teatrales. Su investigación en la Escuela de Arte de Malasia, Johor, demuestra cómo la escenografía efectiva contribuye significativamente al éxito de una producción teatral, fomentando el desarrollo del pensamiento creativo e innovador a través de actividades de exploración. Este enfoque no solo mejora la calidad de las ideas y creaciones, sino que también aborda los desafíos de enseñanza y aprendizaje en la escenografía, subrayando su papel esencial en la educación artística y la producción teatral.

Los componentes clave de una producción teatral son múltiples e interconectados, comenzando con el texto dramático, que es la piedra angular y contiene no solo los diálogos sino también indicaciones escénicas que guían la puesta en escena (Swedzky, 2018). A partir de este texto, la dirección tiene la responsabilidad de interpretar la obra y liderar al equipo creativo y el elenco hacia una visión artística coherente, tomando decisiones clave sobre la interpretación, movimiento escénico e interacción entre personajes (Kartun, 2018). Asimismo, la actuación es el medio por el cual los personajes cobran vida en el escenario, donde los actores emplean su voz, gestos y expresiones faciales para transmitir las emociones y narrativas del texto.

Por otra parte, el diseño escénico y la escenografía crean el entorno físico donde se desarrolla la acción, siendo fundamentales para establecer el tono y contexto de la obra. Además, a través del diseño de vestuario se definen aspectos cruciales de los personajes como estatus social, profesión y personalidad, complementando y enriqueciendo la narrativa. Finalmente, la iluminación y el diseño sonoro son herramientas poderosas que influyen en la atmósfera y tono de la producción, pudiendo dirigir la atención del público, crear efectos de sombra o sugerir diferentes momentos del día o estados emocionales (Suárez Moreno, 2021). Todos estos elementos trabajan de manera cohesiva y envolvente para brindar una experiencia teatral integral al público. La dramaturgia ha experimentado una notable evolución, adaptándose a los cambios culturales y tecnológicos para explorar nuevas formas de expresión y comunicación con el público. En el teatro de objetos y títeres, por ejemplo, se ha desarrollado una dramaturgia fenomenológica que se modifica a través de la experiencia sensible con los objetos, destacando la importancia de la interacción material y la experiencia sensorial en la creación teatral (Swedzky, 2018; Kartun, 2018). Además, este enfoque fenomenológico puede verse como una respuesta a la creciente digitalización de nuestra sociedad. En un mundo cada vez más dominado por las pantallas, el teatro

de objetos y títeres ofrece una experiencia táctil y física que no se puede replicar en un entorno digital. De esta manera, la dramaturgia fenomenológica puede verse como una reafirmación del valor y la importancia de la experiencia sensorial en un mundo cada vez más digital.

5.2 La plataforma TikTok

Ahora hablaremos de TikTok, una plataforma de redes sociales basada en la compartición de videos cortos ha surgido como un medio poderoso para la difusión de contenido cultural, artístico y educativo. Su diseño incentiva la creatividad y la participación a través de formatos de video breves y altamente atractivos, lo que la convierte en una herramienta ideal para llegar a audiencias jóvenes y globalizadas. Por ende, de acuerdo con Feldkamp (2021) se comprende que TikTok, lanzado internacionalmente por ByteDance en 2016, ha experimentado un crecimiento exponencial, convirtiéndose en una de las aplicaciones más influyentes y descargadas a nivel mundial. Su fusión con Musical.ly en 2018 amplió aún más su alcance global, consolidando su posición en el mercado de las redes sociales.

Es importante recalcar que el precedente que ayudó a que la red social de TikTok alcanzara fama, fue la pandemia de COVID-19, acelerando la adopción de estrategias de marketing digital, con la plataforma en el centro de esta transformación. De acuerdo con Baena (2022), en tiempos de restricciones físicas, el marketing digital se ha convertido en una herramienta esencial para mantener la comunicación con los consumidores y crear vínculos emocionales con la marca. La capacidad de TikTok para facilitar una comunicación auténtica y emocionalmente resonante fue particularmente valiosa durante ese aciago período.

Además, para García y Salvat (2022) referente a la creación de videos, los usuarios de esta plataforma tienen la capacidad de interactuar con el contenido creado por otros de una manera muy similar a como lo harían en otras redes sociales, ya sea dando “me gusta”, comentando o

compartiendo. Los hashtags juegan un papel crucial en este proceso, ya que permiten a los usuarios buscar y acceder a contenido que ha sido etiquetado de la misma manera. Al igual que plataformas como Instagram o Snapchat, este servicio también ofrece la opción de utilizar una variedad de filtros y efectos. Estos pueden ser utilizados para mejorar y embellecer las creaciones de los usuarios, lo que a su vez puede hacer que el contenido sea más atractivo y atractivo para los espectadores.

Según un estudio de Montag et al. (2021), TikTok facilita una "micro-celebridad" accesible, donde los usuarios pueden ganar rápidamente seguidores y visibilidad a través de contenido creativo y auténtico. Este fenómeno determina la capacidad de TikTok para democratizar la producción de contenido y amplificar voces y perspectivas diversas.

Este enfoque en la brevedad y el atractivo visual de los contenidos no solo fomenta la creatividad y participación de sus usuarios, sino que también la establece como un medio particularmente eficaz para captar la atención de audiencias jóvenes y dispersas geográficamente. De esta forma, para Pérez (2020) el diseño intuitivo y la naturaleza interactiva de TikTok propician un entorno donde la creación de contenido no se limita a profesionales o figuras públicas establecidas, sino que está al alcance de cualquier usuario. Este término describe a individuos que, mediante la publicación de contenido original y auténtico, logran acumular una considerable base de seguidores en un corto período de tiempo. Así mismo para Montag et al. (2021) destacan que esta plataforma, desde su concepción hasta su interfaz, no solo facilita, sino que también promueve la creación de contenido de manera eficiente. Pero va más allá de eso. La plataforma integra una variedad de herramienta que permite a los usuarios grabar, interactuar, editar y difundir su contenido de manera efectiva.

Esta democratización de la producción de contenido en TikTok representa un cambio paradigmático en la forma en que las voces y perspectivas diversas encuentran un espacio para ser escuchadas y vistas, contribuyendo a una mayor pluralidad en el panorama mediático global. Al permitir que usuarios de variados contextos culturales y sociales compartan sus experiencias, conocimientos y creatividad, TikTok no solo actúa como una plataforma de entretenimiento, sino también como un poderoso vehículo de educación y expresión cultural.

De esta forma, Basch et al. (2020) determinaron que esta red social ha tenido un impacto en la cultura popular, influenciando tendencias en música, moda y entretenimiento. La plataforma ha servido como un trampolín para artistas salientes y ha facilitado la formación de comunidades en línea alrededor de intereses compartidos. Por su lado, Arifin (2022) menciona que la naturaleza inherentemente adaptable de TikTok ha facilitado su incorporación en contextos educativos, posicionándola como una herramienta dinámica y versátil para el aprendizaje de idiomas, entre otros campos académicos.

La plataforma se ha convertido en un escenario innovador donde educadores y estudiantes pueden explorar y desarrollar metodologías creativas para promover un aprendizaje interactivo y atractivo. Esta adaptación de TikTok a fines educativos subraya su potencial para trascender su propósito original de entretenimiento, ofreciendo nuevas avenidas para la enseñanza y el aprendizaje.

La capacidad de TikTok para capturar y mantener la atención de los usuarios a través de contenido breve y visualmente atractivo lo convierte en un medio particularmente efectivo para la enseñanza de idiomas. Los educadores pueden crear contenido que no solo es educativo sino también entretenido, facilitando así la retención de vocabulario, la práctica de la pronunciación, y la comprensión de estructuras gramaticales de manera más intuitiva y memorable. Además, la

interactividad que permite la plataforma fomenta la participación de los estudiantes, quienes pueden crear y compartir sus propios videos como parte de su proceso de aprendizaje, incentivando así la práctica del idioma en un contexto real y relevante.

Más allá del aprendizaje de idiomas, TikTok se ha explorado como recurso didáctico en una diversidad de disciplinas académicas, desde las ciencias hasta las humanidades. Los educadores han aprovechado su formato para desglosar conceptos complejos en segmentos más digeribles, realizar demostraciones experimentales, o proporcionar resúmenes de temas específicos que complementan los métodos de enseñanza tradicionales. La capacidad de incluir efectos visuales, música y otros elementos multimedia enriquece la experiencia de aprendizaje, haciéndola más dinámica y estimulante para los estudiantes.

La difusión de obras literarias dentro de plataformas digitales no es un concepto nuevo; sin embargo, en la actualidad estos medios digitales mantienen gran relevancia y proponen desafíos asociados con este proceso. La difusión ya no se limita a publicidades tradicionales como flayers o anuncios en TV, es más fácil llegar al público a través de las distintas redes sociales que proporcionan un alcance mayor, en ellas el contenido a difundir debe ser breve, visualmente atractivo y capaz de capturar la esencia de la obra original en formatos innovadores.

Hutcheon (2006) profundiza en la noción de que una adaptación constituye una manifestación de intertextualidad, caracterizándola como un proceso tanto creativo como de recepción, que engloba la reinterpretación y recontextualización de la obra original. La adaptación, entonces, se convierte en un ejercicio de equilibrio donde se honra el texto fuente al tiempo que se le dota de una nueva vida y relevancia en un contexto distinto y altamente dinámico. Dentro del marco de TikTok, esta perspectiva implica la creación de contenido que, si bien representa la

adaptación propuesta, también busca resonar de manera significativa con las sensibilidades y expectativas de una audiencia contemporánea.

Este proceso implica una comprensión profunda tanto de la obra original como de la plataforma de TikTok y sus audiencias. Se trata de identificar los elementos esenciales y atemporales de la obra – tales como sus temas universales de amor, conflicto y tragedia – y presentarlos de manera que se alineen con las tendencias actuales, el lenguaje visual y los modos de interacción propios de TikTok. Al hacerlo, el adaptador (en este caso la plataforma digital elegida) actúa como un puente entre la obra clásica y el público moderno, facilitando un diálogo intertextual que enriquece la experiencia de ambos.

De acuerdo con Soto (2022) indico que TikTok ha experimentado una notable diversificación en su contenido. La plataforma alberga a una amplia gama de creadores y usuarios, aunque los jóvenes constituyen la mayor parte de su público. Esta tendencia es comprensible si consideramos que TikTok permite a los jóvenes generar contenido basado en sus propias perspectivas y vivencias.

En otras palabras, TikTok se ha convertido en un espacio donde los jóvenes pueden expresarse y compartir sus experiencias de vida a través de su contenido. Esto ha llevado a una diversificación del contenido en la plataforma, ya que cada usuario aporta su propia visión del mundo y sus experiencias únicas. Además, esta diversidad de contenido también ha permitido a TikTok alcanzar a un público más amplio, ya que hay algo para todos en la plataforma.

5.3 Las estrategias de difusión en TikTok

Las estrategias de difusión para contenidos adaptados en plataformas digitales requieren un enfoque multifacético que considere tanto las características de la plataforma como las dinámicas de interacción y participación de la audiencia. Jenkins (2006) destaca la importancia de

la cultura participativa en el entorno digital, donde los usuarios no son meros consumidores sino también productores de contenido. Esto implica que las estrategias de difusión deben fomentar la interacción, la colaboración y la participación de la audiencia. En el caso de TikTok, esto puede incluir el uso de hashtags específicos, desafíos, duetos y otras funciones interactivas que incentiven a los usuarios a participar en la narrativa de "Romeo y Julieta".

Al ser utilizada predominantemente por la Generación Z y millennials, la plataforma se caracteriza por su contenido corto, dinámico y altamente visual. Su naturaleza favorece la creatividad y la autenticidad, permitiendo a los usuarios crear y compartir vídeos que no solo entretienen, sino que también reflejan sus intereses y valores personales. En este contexto, el contenido de calidad no se refiere únicamente a la producción técnica del vídeo, sino también a la relevancia, originalidad y capacidad de resonar con la audiencia. La calidad, entonces, se convierte en un factor distintivo que puede aumentar la visibilidad de la obra, fomentar la interacción y, en última instancia, cultivar una comunidad.

Por otro lado, la potenciación de los valores de la obra en TikTok, se corresponde con la creciente demanda de los consumidores por transparencia y autenticidad. Los usuarios buscan videos con las cuales puedan identificarse, que representen sus propios valores y creencias. En nuestro objeto de estudio, comunicar y demostrar los valores de la adaptación de manera coherente a través de TikTok, permitió al espectador comprender y visualizar el tras bastidores de la obra, entendiendo su proceso y por ende su esencia, lo cual sin duda ayudaría a fomentar una conexión emocional con la audiencia.

La capacidad de TikTok para facilitar una comunicación que resuena emocionalmente con los usuarios se basa en su naturaleza altamente visual y en su algoritmo, que promueve el contenido relevante y personalizado para cada usuario. Esto significa que tiene la oportunidad de llegar a su

público objetivo de manera directa y significativa, creando contenido que no solo atrae visualmente, sino que también fomenta un sentido de comunidad y pertenencia.

Además, la interactividad que caracteriza a TikTok permite a los consumidores participar activamente en sus narrativas, a través de desafíos, hashtags, y otros formatos participativos. Esto no solo enriquece la experiencia del usuario, sino que también contribuye a la construcción de relaciones más sólidas y duraderas, fundamentadas en experiencias compartidas y valores comunes. Es por ello que en la investigación de Conde del Rio (2021), a través de estrategias como la creación de contenido visual, el uso de hashtags relevantes, colaboraciones con influencers, retos temáticos y contenido educativo, se puede lograr una reinterpretación creativa y contemporánea de la obra. Además, la interacción con la audiencia permite construir una comunidad alrededor del contenido y facilita una conexión más profunda con la misma.

Este enfoque no solo demuestra la versatilidad de TikTok como plataforma para la adaptación creativa, sino también su potencial para revitalizar y contextualizar obras clásicas para que las audiencias modernas puedan consumirlas.

6 Metodología

La metodología de este trabajo se enfoca en la implementación de una estrategia de difusión a través de TikTok, utilizando el perfil @montajeromeoyjulieta, para promover una mayor interacción y visibilidad de la adaptación de la obra "Romeo y Julieta" de William Shakespeare, fundamentalmente en un público joven. Este enfoque se basa en un análisis cuali-cuantitativo, con el propósito: de captar eficazmente la atención del público objetivo través de la propia estrategia, y además evaluar el impacto de las estrategias implementadas, desde las métricas propias de la red social en cuestión.

La siguiente es una estrategia que permite comprender las fases de viralización en la plataforma TikTok lo cual es de suma importancia porque de acuerdo con Ramallal y Belda (2021) es un fenómeno importante porque permite que las ideas, mensajes o piezas de contenido lleguen a una gran audiencia en un corto período de tiempo, generando conciencia, influencia e impacto. En el caso de TikTok, la viralización es clave para el éxito de una campaña o estrategia de marketing, ya que la plataforma se basa en el descubrimiento y consumo de contenido de manera viral.

Este se centra en la mecánica del algoritmo. Utilizando el contenido generado por los usuarios como base, se apoya en el modelo “Para Ti”, que ha sido creado con el propósito de ofrecer a los usuarios contenido personalizado que sea relevante y atractivo, eliminando la necesidad de realizar búsquedas adicionales. Funciona a través de la monitorización y el fortalecimiento de los patrones de comportamiento del usuario, los tiempos de visualización y las interacciones (Alekhin, 2021).

6.1 Fase 1: Análisis de la Audiencia y Planificación Estratégica

Comprender la audiencia de TikTok es fundamental para cualquier estrategia de difusión. Según Karizat et al. (2020), la demografía de TikTok muestra una predominancia de usuarios jóvenes, con un interés particular en contenido que es creativo, entretenido y capaz de generar una conexión emocional. Este entendimiento sugiere que la estrategia de la puesta en escena de "Romeo y Julieta" debe enfocarse en ser visualmente atractiva y emocionalmente resonante para capturar la atención de este grupo demográfico. La juventud de hoy, inmersa en una cultura digital rápida y visualmente orientada, demanda contenida que no solo sea entretenido sino también inmediatamente atractivo y emocionalmente significativo.

La preparación de "Romeo y Julieta" para el teatro en este contexto implica una serie de consideraciones creativas y técnicas. Visualmente, el diseño de escenografía, vestuario y luces debe ser innovador, aprovechando tecnologías modernas y tendencias estéticas que apelen a las sensibilidades de los jóvenes espectadores. Esto podría incluir desde la incorporación de elementos multimedia hasta el uso de iluminación y efectos especiales avanzados, que no solo realzan la belleza visual de la obra, sino que también es importante reforzar sus temas y emociones centrales.

Desde una perspectiva emocional, la dirección y actuación deben enfocarse en la autenticidad y la intensidad emocional, presentando los personajes y sus experiencias de manera que los jóvenes espectadores puedan identificarse y empatizar. Esto requiere una interpretación fresca y relevante de los personajes, posiblemente explorando nuevas perspectivas en su representación que reflejen preocupaciones contemporáneas y sensibilidades juveniles, sin desviarse de la esencia de la historia original de Shakespeare.

Identificación del Público Objetivo: Es imperativo iniciar con una investigación metódico y detallado sobre el perfil de la audiencia de TikTok, con el objetivo de identificar con precisión aquellos segmentos específicos de usuarios que mostrarían un interés genuino en visualizar el proceso de adaptación de una puesta en escena de "Romeo y Julieta". Esta tarea demanda una exploración exhaustiva de varios aspectos clave, incluyendo, pero no limitándose a, la recolección y análisis de datos demográficos, las preferencias de contenido manifestadas por los usuarios, sus patrones de comportamiento dentro de la plataforma, así como la identificación de los intervalos de tiempo durante los cuales la actividad en la plataforma alcanza su punto más alto.

Al profundizar en la demografía de la audiencia, se debe prestar especial atención a variables como la edad, el género, la ubicación geográfica y el nivel educativo, dado que estas pueden influir significativamente en los intereses y en la receptividad del contenido presentado.

Además, es crucial analizar las preferencias de contenido de los usuarios, lo que implica entender qué tipos de videos capturan su atención, cuáles generan mayor engagement (como likes, comentarios y compartidos), y qué temáticas son tendencia dentro de la comunidad de TikTok.

Definición de Objetivos: Los objetivos deben ser específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales (SMART).

Desarrollo de la Estrategia de Contenido: El desarrollo de esta estrategia debe comenzar con la identificación de los formatos de video más afines y efectivos para capturar la atención de nuestra audiencia objetivo. Esto podría incluir, entre otros, videos detrás de escena que muestren el proceso creativo, clips de ensayos destacados, entrevistas con los actores y el equipo de producción, así como segmentos educativos que exploren el contexto histórico y la relevancia cultural de "Romeo y Julieta". La diversificación del contenido no solo enriquecerá la experiencia del espectador, sino que también fomentará una conexión más profunda y significativa con la obra.

Para garantizar que la estrategia de difusión sea efectiva, es fundamental emplear las características específicas de TikTok de manera estratégica. El uso de hashtags relevantes, por ejemplo, debe ser cuidadosamente planificado para asegurar que el contenido alcance tanto a la audiencia general como a nichos específicos interesados en el teatro, la literatura o las adaptaciones de clásicos. Asimismo, la integración de efectos visuales y sonoros populares, junto con la selección de música que esté en tendencia, puede aumentar significativamente la probabilidad de que los videos se vuelvan virales, extendiendo así su alcance.

6.2 Fase 2: Creación y Adaptación de Contenido

La adaptación creativa de contenido clásico para plataformas modernas es un desafío que requiere innovación y sensibilidad. Según Torres et al. (2021), la adaptación de obras literarias a formatos digitales cortos debe preservar la esencia narrativa mientras se transforma para satisfacer

las expectativas de una audiencia acostumbrada a la inmediatez y la interactividad. Esto implica que la adaptación de "Romeo y Julieta" para TikTok debe ser concisa pero emocionalmente impactante, utilizando recursos visuales y auditivos que enriquezcan la narrativa.

Adaptación Creativa: Para transformar la estrategia de difusión de la puesta en escena de "Romeo y Julieta" en contenido adecuado para TikTok, es esencial una adaptación creativa que no solo mantenga la esencia de esta obra clásica, sino que también la haga accesible y atractiva para una audiencia moderna, especialmente los jóvenes.

Esto implica el uso de técnicas innovadoras de narración visual y auditiva, aprovechando formatos breves y dinámicos que son característicos de TikTok. Se pueden crear videos cortos que resalten los momentos más emocionantes y dramáticos de la obra, utilizando un lenguaje contemporáneo y referencias culturales actuales para establecer una conexión más profunda con el público. Además, incorporar música moderna y tendencias de baile puede hacer que el contenido sea más relacionable y compartirlo ampliamente. La interacción directa con la audiencia a través de desafíos, hashtags específicos y la invitación a recrear escenas famosas o diálogos puede fomentar una participación y promover la viralidad del contenido.

Es clave entender las preferencias de la audiencia de TikTok para adaptar los elementos clásicos de "Romeo y Julieta" de una manera que sea tanto respetuosa con el material original como innovadora y fresca para el espectador moderno.

Producción de Contenido: Para asegurar el éxito de la producción destinada a plataformas digitales, especialmente aquellas que demandan contenido breve y atractivo como TikTok, es fundamental una planificación meticulosa que abarque todos los aspectos de la creación. Esto incluye la consideración cuidadosa de las diversas perspectivas narrativas, la dirección artística

innovadora, la selección de actores que puedan transmitir emociones profundas de manera convincente, una edición ágil que mantenga la atención de los espectadores, y la incorporación de efectos especiales que enriquezcan visualmente el contenido sin sobrecargarlo. La autenticidad y la calidad del contenido son elementos cruciales para capturar y retener la atención de la audiencia, además de fomentar una interacción significativa.

Cada uno de estos componentes debe ser abordado con el objetivo de crear una experiencia inmersiva que resuene con el público objetivo. La dirección artística debe alinear la visión clásica con toques modernos que hagan la obra relevante hoy en día. La selección de actores no solo debe enfocarse en el talento dramático, sino también en la capacidad de conectar con la audiencia digital. La edición debe ser dinámica, aprovechando las tendencias de edición viral sin sacrificar la narrativa. Los efectos especiales, por su parte, deben ser utilizados con moderación y precisión para complementar la historia, no distraer de ella.

6.3 Fase 3: Publicación y Promoción

La visibilidad y el engagement en TikTok pueden ser potenciados mediante estrategias de publicación y promoción bien diseñadas. Como señala Martin et al. (2023), el uso estratégico de hashtags, la participación en tendencias y desafíos, y la colaboración con influencers son tácticas clave para aumentar el alcance y la interacción con el contenido en TikTok. Estas estrategias permiten que la adaptación de "Romeo y Julieta" se inserte en la cultura de TikTok, maximizando su visibilidad y resonancia con la audiencia.

Calendario de Publicación: Desarrollar un calendario de publicación que optimice la visibilidad y el engagement, teniendo en cuenta los momentos de mayor actividad de la audiencia objetivo en TikTok.

Promoción: Utilizar estrategias de promoción dentro y fuera de TikTok, incluyendo el uso estratégico de hashtags, la continuidad de subir más videos y de retención dentro de la plataforma.

6.4 Fase 4: Medición, Análisis y Ajuste

La evaluación del éxito de las estrategias de difusión requiere un análisis detallado de las métricas de rendimiento. Issar (2020) destacan que la analítica en plataformas de redes sociales proporciona insights valiosos sobre el comportamiento de la audiencia, permitiendo a los creadores ajustar sus estrategias para mejorar el engagement y el alcance. Este enfoque basado en datos es crucial para entender la efectividad de la adaptación de "Romeo y Julieta" en TikTok y para realizar ajustes estratégicos basados en el rendimiento real del contenido.

Seguimiento y Análisis de Resultados: Implementar herramientas de análisis para monitorear el rendimiento del contenido en términos de vistas, interacciones, compartidos y crecimiento de seguidores. Esta supervisión debe abarcar una amplia gama de métricas, incluyendo, pero no limitándose a, el número de vistas, el nivel de interacciones (tales como 'me gusta', comentarios, y reacciones), la frecuencia de los compartidos y la dinámica de crecimiento en el número de seguidores. Además, es esencial llevar a cabo un seguimiento detallado de las conversaciones generadas en torno al contenido y de la percepción general del público respecto a la adaptación de la obra, lo cual proporcionará insights valiosos sobre la recepción del proyecto por parte de la audiencia.

Esta tarea implica el uso de herramientas analíticas sofisticadas que permitan no solo la recopilación de datos cuantitativos, sino también el análisis cualitativo de las interacciones y comentarios para entender mejor las respuestas emocionales y las opiniones del público. Al analizar estas métricas en tiempo real, se pueden identificar tendencias emergentes, preferencias

de contenido y áreas de oportunidad para ajustar la estrategia de contenido de manera proactiva y mejorar la efectividad de la campaña.

Ajustes Basados en la Retroalimentación: Utilizar los datos recopilados para realizar ajustes en la estrategia de contenido y promoción. Esto puede implicar modificar el enfoque de la narrativa, experimentar con diferentes formatos de video o intensificar las colaboraciones con influencers.

Experimentar con diferentes formatos de video es otra táctica clave para capturar y mantener el interés del público. Los datos recopilados pueden revelar, por ejemplo, que ciertos formatos, como los videos cortos y dinámicos o los tutoriales de actuación, generan mayor engagement que otros. Esta información permite a los creadores diversificar su contenido, probando nuevos estilos y técnicas de edición que puedan resonar aún más con su audiencia objetivo.

Evaluación Continua: La metodología debe contemplar una evaluación continua del proyecto, permitiendo la iteración y la mejora constante de la estrategia de difusión basada en resultados concretos y retroalimentación del público.

La primera etapa del proceso metodológico consiste en determinar el nicho de las obras de teatro dentro de *TikTok*, comprendiendo así que tanto alcance tienes los videos que hablan sobre obras de teatro. A través de análisis métricos sobre los *likes*, *view* y compartidas que tienen los diferentes videos encontrados dentro de la plataforma de *TikTok*, identificando así que le gusta a la audiencia. Al utilizar el algoritmo de *TikTok*, se puede comprobar las estrategias que sirven para nuestro nicho de obras de teatro. Este conocimiento es esencial para adaptar nuestro contenido y

enfoques comunicativos de manera que resonemos con los intereses y expectativas de nuestra audiencia.

Posteriormente, sobre la base de los análisis obtenidos, se desarrollan y ejecutan las estrategias de difusión específicas para *TikTok* (Issar, 2020). Esta etapa implica la creación de contenido que se alinee con las tendencias actuales de la plataforma, manteniendo al mismo tiempo una conexión temática con "Romeo y Julieta". La selección de formatos, el estilo visual, el tono y el mensaje de las publicaciones son cuidadosamente diseñados para capturar la atención de los usuarios, fomentar la interacción y aumentar el alcance del contenido entre la comunidad de *TikTok*.

La evaluación de la efectividad de estas estrategias de difusión constituye la tercera fase de nuestra metodología. A través de un análisis cuantitativo, se examinan métricas clave como el número de vistas, interacciones (me gusta, comentarios, compartidos) y el crecimiento de seguidores, para medir el éxito y la eficacia de nuestras acciones de comunicación. Paralelamente, se lleva a cabo un análisis cualitativo de los comentarios y el feedback recibido en el perfil de *TikTok*, permitiendo así una comprensión más rica y detallada de cómo la estrategia de difusión ha sido recibida por la audiencia. Este enfoque mixto ofrece una evaluación integral de la efectividad de nuestras estrategias, facilitando la identificación de oportunidades de mejora y ajustes en tiempo real.

Es importante mencionar que todas las fases de la investigación se desarrollan bajo estrictos principios éticos, asegurando la protección de la privacidad de los usuarios y el respeto por las normativas de uso de datos de *TikTok*. Aunque conscientes de las limitaciones que pueden presentar este tipo de estudios, especialmente en términos de la representatividad de la muestra y la volatilidad de las tendencias en redes sociales, confiamos en que los resultados obtenidos



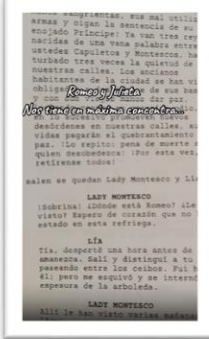

aportarán valiosas perspectivas sobre la efectividad de las estrategias de difusión en plataformas digitales, específicamente en TikTok, para la promoción de contenidos culturales y literarios.

7 Resultados Y Discusión

En esta sección, se presenta un análisis detallado y los resultados obtenidos tras examinar la implementación de una estrategia de difusión para una adaptación de la puesta en escena de la obra "Romeo y Julieta" en la plataforma TikTok. Los videos se organizan cronológicamente, comenzando con el primer video subido el 02 de agosto de 2023 y finalizando con el último video subido el 20 de marzo de 2024, abarcando un total de 45 videos dentro de la red social. Para cada video se detalla la descripción del contenido, las interacciones (visualizaciones, likes, comentarios, compartidas y guardados) y los hashtags utilizados. Este análisis permitirá comprender el desarrollo del proceso de montaje y difusión de la obra a través de la estrategia implementada en TikTok. Se presenta en la siguiente tabla los resultados obtenidos en la plataforma:

Tabla 1 Visualización de todos los videos subidos a la plataforma de TikTok


Video	Descripción del Contenido	Interacciones	Hashtags	Imagen
1	Análisis del texto de la obra	869 visualizaciones, 26 likes	#artesescenicas #arte #teatro #teatroenmexico #teatroecuador #portoviejo	

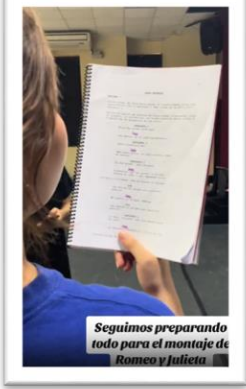


2	Proceso de selección del personaje de Romeo	536 visualizaciones, 41 likes, 1 comentario, 1 compartida	#romeoandjuliet #romeoyjulieta #obraromeoyjulieta #teatro #theatre #teatroenmexico #teatroecuador #portoviejo #ecuador #tesis #artesescenicas	
3	Vistazo al libreto	308 visualizaciones, 15 likes	#romeoyjulieta #teatro 🇪🇺🇵🇸 #obrateatral #romeoandjuliet #teatrolatina #shakespeare #teatroecuador #obradramatica #portoviejo #tesis	
4	Estudiantes concentrados en el libreto, incógnita de quién será Julieta	723 visualizaciones, 19 likes	#romeoyjulieta #teatro 🇪🇺🇵🇸 #obrateatral #romeoandjuliet #teatrolatina #shakespeare #teatroecuador	
5	Candidatas a Julieta con nerviosismo	955 visualizaciones, 98 likes	#romeoyjulieta #teatro 🇪🇺🇵🇸 #obrateatral #romeoandjuliet #teatrolatina #shakespeare #teatroecuador #obradramatica #portoviejo #tesis	

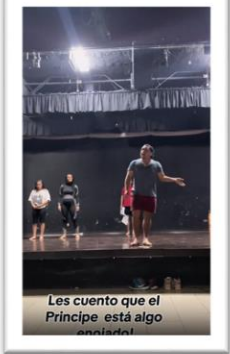
6	Presentación de Ariana como posible Julieta	287 visualizaciones, 12 likes	#romeoyjulieta #teatro 🇪🇺 #obrateatral #romeoandjuliet #obrateatral #shakespeare #obradramatica #obradramatica #tesis #obraromeoyjulieta	
7	Presentación de Valeny como candidata a Julieta	335 visualizaciones, 16 likes	#romeoyjulieta #teatro 🇪🇺 #obrateatral #romeoandjuliet #shakespeare #tesis #obrateatral #teatrolatina	
8	Pregunta a una de las candidatas a Julieta	525 visualizaciones, 28 likes, 2 comentarios	#romeoyjulieta #teatro 🇪🇺 #obrateatral #shakespeare #obraromeoyjulieta #teatroecuador #obraromeoyjulieta #portoviejo #theatre	
9	Presentación de quién será Romeo	378 visualizaciones, 29 likes, 3 comentarios	#romeoyjulieta #teatro 🇪🇺 #obrateatral #shakespeare #teatroecuador #portoviejo #obraromeoyjulieta #theatre #romeoandjuliet #tesis	





10	Pregunta a una de las candidatas a Julieta	353 visualizaciones, 22 likes	#romeoyjulieta #teatro 🇪🇨 #obrateatral #shakespeare #teatroecuador #obraromeoyjulieta #romeoandjuliet #obraromeoyjulieta #tesis	
11	Tomas de acción, lucha de actrices por interpretar a Julieta	378 visualizaciones, 24 likes, 1 compartida	#romeoyjulieta #teatro 🇪🇨 #obrateatral #shakespeare #shakespeare #teatroecuador #obraromeoyjulieta #tesis #portoviejo #teatrolatina	
12	Alegría de quién actuará de Romeo	416 visualizaciones, 22 likes	#romeoyjulieta #teatro 🇪🇨 #obrateatral #shakespeare #obraromeoyjulieta #teatrolatina #obraromeoyjulieta #tesis #portoviejo #teatrolatina	
13	Análisis del texto	327 visualizaciones, 17 likes	#capcut #romeoyjulieta #teatro 🇪🇨 #obrateatral #shakespeare #obraromeoyjulieta #teatrolatina #tesis #portoviejo #romeoandjulieta	

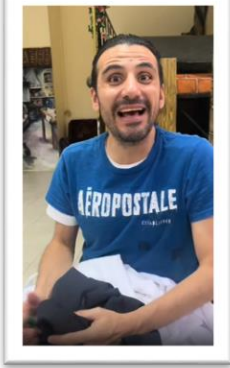


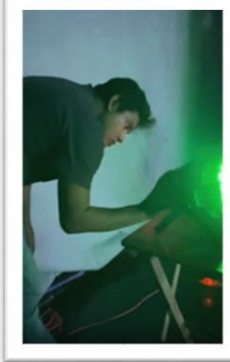
14	Escenas de prácticas de esgrima	800 visualizaciones, 13 likes, 2 comentarios, 1 compartida, 1 guardado	#romeoyjulietta #teatro 🇨🇺🇵🇷 #obrateatral #shakespeare #obraromeoyjulietta #teatrolalatina #portoviejo #romeoandjuliet #arte #tesis #willianshakespeare	
15	Alegría de quién actuará de Julieta	320 visualizaciones, 32 likes	#romeoyjulietta #teatro 🇨🇺🇵🇷 #obrateatral #shakespeare #obraromeoyjulietta #teatrolalatina #tesis #portoviejo #romeoandjuliet #theatre #obradramatica	
16	Presentación de Julieta	361 visualizaciones, 45 likes	#romeoyjulietta #teatro 🇨🇺🇵🇷 #obrateatral #shakespeare #obraromeoyjulietta #teatrolalatina #tesis #portoviejo #romeoandjuliet #theatre	
17	Utilería llegada al set	719 visualizaciones, 33 likes	#romeoyjulietta #teatro 🇨🇺🇵🇷 #obrateatral #shakespeare #obraromeoyjulietta #obraromeoyjulietta #teatrolalatina #tesis #portoviejo #romeoandjuliet	


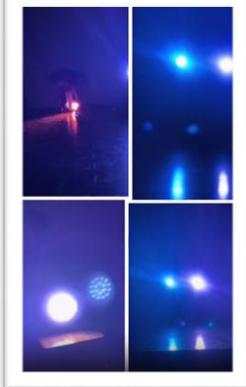


18	Ensayo de combate escénico	270 visualizaciones, 19 likes, 2 guardados	#romeoyjulieta #teatro 🇵🇷 #obrateatral #shakespeare #obraromeoyjulieta #teatrolatina #tesis #portoviejo #romeoandjuliet #theatre	
19	Título de la obra	710 visualizaciones, 7 likes	#romeoyjulieta #teatro 🇵🇷 #obrateatral #shakespeare #obraromeoyjulieta #teatrolatina #tesis #portoviejo #romeoandjuliet	
20	Tomas de todos reunidos	284 visualizaciones, 38 likes	#romeoyjulieta #teatro 🇵🇷 #obrateatral #shakespeare #obraromeoyjulieta #teatrolatina #tesis #portoviejo #romeoandjuliet #montajeescenico	
21	Título de la obra	282 visualizaciones, 9 likes	#teatro 🇵🇷 #romeoyjulieta #obrateatral #shakespeare #obraromeoyjulieta #teatrolatina	

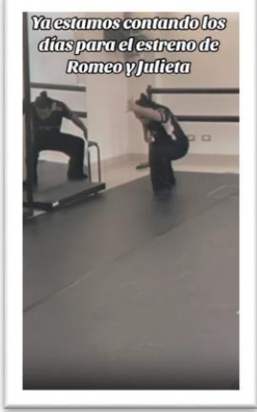


22	Preparación del montaje	840 visualizaciones, 67 likes, 1 guardado	#teatro 🇧🇷 #romeoyjulieta #obrateatral #shakespeare #obraromeoyjulieta #obrateatral #teatrolatina #tesis	
23	Agradecimientos a seguidores	837 visualizaciones, 11 likes	#teatro 🇧🇷 #romeoyjulieta #obrateatral #shakespeare #obraromeoyjulieta #teatrolatina #obraromeoyjulieta #teatrolatina #montajeescenico #tesis	
24	Ensayos	1.3k visualizaciones, 62 likes	#teatro 🇧🇷 #romeoyjulieta #obrateatral #shakespeare #obraromeoyjulieta #teatrolatina #montajeescenico #montajeescenico #tesis #artescenicass	



25	Interpretación de Romeo en prácticas	321 visualizaciones, 35 likes	#teatro 🇪🇨 #romeoyjulieta #obrateatral #shakespeare #obraromeoyjulieta #obraromeoyjulieta #obraromeoyjulieta #teatrolatina #montajeescenico	
26	Bendición de Fray Lorenzo al matrimonio	995 visualizaciones, 114 likes, 2 compartidas, 2 guardados	#teatro 🇪🇨 #romeoyjulieta #obrateatral #shakespeare #obraromeoyjulieta #obraromeoyjulieta #teatrolatina #montajeescenico #tesis #artesescenicas	
27	Ensayo de la obra	2.2k visualizaciones, 57 likes	#teatro 🇪🇨 #romeoyjulieta #obrateatral #shakespeare #obraromeoyjulieta #teatrolatina #montajeescenico #tesis #artesescenicas #teatroecuador	
28	Puliendo detalles para el estreno	710 visualizaciones, 69 likes	#teatro 🇪🇨 #romeoyjulieta #obrateatral #shakespeare #obraromeoyjulieta #obraromeoyjulieta #obraromeoyjulieta #obraromeoyjulieta #artesescenicas	

29	Plantilla viral sobre el montaje	1.5k visualizaciones, 91 likes, 2 compartidas, 3 guardados	#loveoyloquiero #teatro 🇪🇺 #romeoyjulieta #obrateatral #shekespeare #obraromeoyjulieta #artesescenicass #teatroecuador #teatrolatina	
30	Falta poco para el estreno	609 visualizaciones, 9 likes	#loveoyloquiero #teatro 🇪🇺 #romeoyjulieta #obrateatral #shekespeare #obraromeoyjulieta #artesescenicass #teatroecuador #teatroecuador	
31	Coreografías de los actores	324 visualizaciones, 24 likes	#loveoyloquiero #teatro 🇪🇺 #romeoyjulieta #obrateatral #shekespeare #shekespeare #obraromeoyjulieta #teatroecuador #teatroecuador	
32	Más coreografías de los actores	669 visualizaciones, 33 likes	#loveoyloquiero #teatro 🇪🇺 #romeoyjulieta #obrateatral #shekespeare #teatroecuador #artesescenicass #tesis #teatrolatina #montajeescenico	

33	Repartición de vestuario	891 visualizaciones, 66 likes, 5 comentarios, 3 compartidas, 1 guardado	#loveoyloquiero #teatro 🇪🇺 #romeoyjulieta #obrateatral #shekespeare #teatroecuador #tesis #teatrolatina #montajeescenico #romeoandjuliet	
34	Encuesta a participantes sobre por qué ver la obra	349 visualizaciones, 23 likes, 2 comentarios, 1 compartida	#loveoyloquiero #teatro 🇪🇺 #romeoyjulieta #obrateatral #shekespeare #teatroecuador #tesis #teatrolatina #tesis #romeoandjuliet #arte #theatre	
35	Teatro de la USGP	294 visualizaciones, 10 likes, 1 guardado	#teatro 🇪🇺 #romeoyjulieta #obrateatral #shekespeare #shekespeare #tesis #teatrolatina #teatroecuador #romeoandjuliet #arte #romeoandjuliet	
36	Encargados de planos de luces	304 visualizaciones, 27 likes, 3 compartidas	#teatro 🇪🇺 #romeoyjulieta #obrateatral #shekespeare #tesis #teatrolatina #teatroecuador #romeoandjuliet #montajeescenico #arte #obraromeoyjulieta	

37	Puesta en escena con luces	309 visualizaciones, 23 likes, 3 compartidas	#teatro 🗣️👏 #romeoyjulietta #obrateatral #shakespeare #tesis #teatrolalatina #teatroecuador #romeoandjuliet #montajeescenico #tesis #romeoandjuliet	 <p>Esto se pone cada día mejor!</p> <p>Te esperamos!</p>
38	Luces para la obra	235 visualizaciones, 11 likes	#teatro 🗣️👏 #romeoyjulietta #obrateatral #shakespeare #tesis #teatrolalatina #teatroecuador	
39	Presentación del equipo de vestuario	775 visualizaciones, 53 likes, 2 comentarios, 4 compartidas, 1 guardado	#CapCut #shakespeare #romeoyjulietta #teatro 🗣️👏 #obrateatral #teatrolalatina	 <p>Conozcamos un poco más sobre los compas del equipo de vestuario!</p>
40	Galas de los Capuletos y Montescos	282 visualizaciones, 34 likes, 1 compartido	#shakespeare #romeoyjulietta #teatro 🗣️👏 #obrateatral #teatrolalatina	 <p>¿Ya vieron las galas que cargan los Calupetos y Montescos?</p>

41	Ensayo de nuestro Romeo	1.7k visualizaciones, 82 likes, 2 comentarios, 2 guardados	#shakespeare #romeoyjulietta #teatro 🇵🇷🇵🇷 #obrateatral #teatrolalatina	
42	Falta poco para el estreno (fondo rojo)	382 visualizaciones, 27 likes, 1 compartido	#MemeCut #Meme #shakespeare	
43	Ensayo de la obra	588 visualizaciones, 13 likes	#shakespeare #shakespeare #romeoyjulietta #teatro 🇵🇷🇵🇷	

44	Obra trágica	288 visualizaciones, 19 likes, 1 guardado	#shakespeare #romeoyjulieta #teatro 🇪🇺 #teatrolatina #teatroecuador	
45	Invitación al estreno	1.8k visualizaciones, 18 likes, 1 compartida	#shakespeare #romeoyjulieta #teatro 🇪🇺 #teatrolatina #teatroecuador #arte	

Nota: Elaboración propia en base a los datos obtenidos en la plataforma de TikTok

De acuerdo con la tabla proporcionada, se puede determinar que los primeros videos que se subieron se enfocan en presentar los aspectos fundacionales del proyecto, como el análisis textual y la selección de los personajes principales. Si bien estas publicaciones obtuvieron un número moderado de interacciones, reflejaron un interés inicial del público por informarse sobre los avances del montaje. Conforme avanzaba el proceso de preparación, los videos comenzaron a exhibir contenidos más dinámicos, como las coreografías de combate y las reacciones de los actores.

Debido a esto, se generó un incremento significativo en las visualizaciones, likes, comentarios y compartidos, sugiriendo una creciente viralización por parte de la audiencia objetivo. Así mismo, el formato y estrategias de contenido más atractivas, como el uso de una

plantilla viral para anunciar el montaje o la presentación de detalles técnicos como el vestuario y las luces. Estas publicaciones lograron alcanzar a un público más amplio, obteniendo un alto número de interacciones. Ya hacía el final de los videos subidos, se enfocó en generar expectativa sobre el estreno próximo, a través de la difusión de ensayos, detalles de producción y agradecimientos a los seguidores. Esto mantuvo el interés del público, con videos que lograron mantener un buen nivel de visualizaciones.

A continuación, se presenta una tabla con la catalogación de los videos con más interacciones de la plataforma:

Tabla 2 Catalogación de los videos con más interacciones en TikTok

Núm. Video	Descripción del Contenido	Interacciones	Hashtags
1	Análisis del texto de la obra	869 visualizaciones, 26 likes	#artesescenicass #arte #teatro #teatroenmexico #teatroecuador #portoviejo
5	Candidatas a interpretar a Julieta	955 visualizaciones, 98 likes	#romeoyjulieta #teatro #obrateatral #romeoandjuliet #teatrolalatina #shakespeare #teatroecuador #obradramatica #portoviejo #tesis
14	Escenas de prácticas de esgrima	800 visualizaciones, 13 likes, 2 comentarios, 1 compartida, 1 guardado	#romeoyjulieta #teatro #obrateatral #shakespeare #obraromeoyjulieta #teatrolalatina #portoviejo #romeoandjuliet #arte #tesis #willianshakespeare
22	Preparación del montaje	840 visualizaciones, 67 likes, 1 guardado	#teatro #romeoyjulieta #obrateatral #shakespeare #obraromeoyjulieta #obrateatral #teatrolalatina #tesis
24	Ensayos de la obra	1.3k visualizaciones, 62 likes	#teatro #romeoyjulieta #obrateatral #shakespeare #obraromeoyjulieta #teatrolalatina #montajeescenico #montajeescenico #tesis #artesescenicass
26	Fray Lorenzo bendiciendo el matrimonio	995 visualizaciones, 114 likes, 2 compartidas, 2 guardados	#teatro #romeoyjulieta #obrateatral #shakespeare #obraromeoyjulieta #obraromeoyjulieta #teatrolalatina #montajeescenico #tesis #artesescenicass
27	Ensayo de la obra	2.2k visualizaciones, 57 likes	#teatro #romeoyjulieta #obrateatral #shakespeare #obraromeoyjulieta

			#teatrolatina #montajeescenico #tesis #artesescenicas #teatroecuador
29	Utilizando plantilla viral para promocionar la obra	1.5k visualizaciones, 91 likes, 2 compartidas, 3 guardados	#loveoyloquiero #teatro #romeoyjulieta #obrateatral #shakespeare #obraromeoyjulieta #artesescenicas #teatroecuador #teatrolatina
33	Repartición de vestuario	891 visualizaciones, 66 likes, 5 comentarios, 3 compartidas, 1 guardado	#loveoyloquiero #teatro #romeoyjulieta #obrateatral #shakespeare #teatroecuador #tesis #teatrolatina #montajeescenico #romeoandjuliet
39	Presentación del equipo de vestuario	775 visualizaciones, 53 likes, 2 comentarios, 4 compartidas, 1 guardado	#CapCut #shakespeare #romeoyjulieta #teatro #obrateatral #teatrolatina
41	Ensayo de Romeo	1.7k visualizaciones, 82 likes, 2 comentarios, 2 guardados	#shakespeare #romeoyjulieta #teatro #obrateatral #teatrolatina

7.1 DISCUSIÓN

La implementación de esta estrategia demostró ser exitosa, ya que los videos que lograron mayor engagement fueron aquellos que ofrecían una mirada detrás de escena del proceso de montaje de la obra, incluyendo ensayos de actuación y esgrima. Asimismo, la presentación de los personajes principales y las candidatas para interpretar a Julieta generó un gran interés entre los espectadores potenciales. Así mismo, para el éxito fue la utilización de técnicas virales, como la inclusión de plantillas populares en TikTok, lo que permitió atraer de manera efectiva la atención del público joven en la plataforma. Además, los videos que ofrecían detalles técnicos del proceso de montaje, como la presentación del equipo de vestuario y los avances en la iluminación, también lograron un impacto considerable.

Por su parte, adjuntamos una condensación de las edades que vieron nuestros videos en el siguiente:

Tabla 3 Edad de los espectadores de TikTok en los diferentes videos.

Descripción del video	Interacciones	Edades de los espectadores promedios
Ensayo de la obra	2.2k visualizaciones, 57 likes	18-24: 70% 25-34: 15% 35-44: 5% 45-54: 2% 55+: 2%
Puliendo detalles para el estreno	710 visualizaciones, 69 likes	18-24: 50% 25-34: 30% 35-44: 10% 45-54: 5% 55+: 5%
Plantilla viral sobre el montaje	1.5k visualizaciones, 91 likes, 2 compartidas, 3 guardados	18-24: 40% 25-34: 40% 35-44: 15% 45-54: 2% 55+: 3%
Falta poco para el estreno	609 visualizaciones, 9 likes	18-24: 60% 25-34: 25% 35-44: 5% 45-54: 5% 55+: 2%
Coreografías de los actores	324 visualizaciones, 24 likes	18-24: 45% 25-34: 35% 35-44: 15% 45-54: 5%
Repartición de vestuario	891 visualizaciones, 66 likes, 5 comentarios, 3 compartidas, 1 guardado	18-24: 50% 25-34: 30% 35-44: 10% 45-54: 5% 55+: 5%
Encuesta a participantes sobre por qué ver la obra	349 visualizaciones, 23 likes, 2 comentarios, 1 compartida	18-24: 55% 25-34: 25% 35-44: 8% 45-54: 5% 55+: 2%
Encargados de planos de luces	304 visualizaciones, 27 likes, 3 compartidas	18-24: 45% 25-34: 30% 35-44: 10% 45-54: 10% 55+: 5%

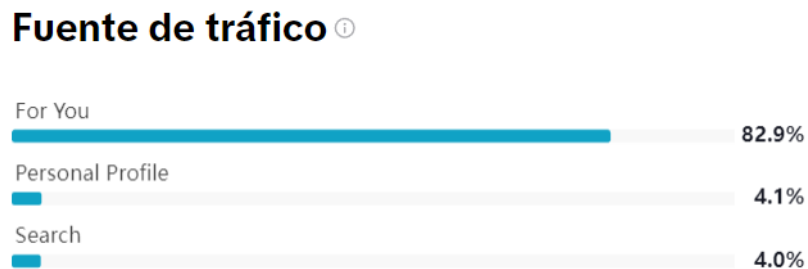
Puesta en escena con luces	309 visualizaciones, 23 likes, 3 compartidas	18-24: 60% 25-34: 25% 35-44: 7% 45-54: 3% 55+: 5%
Luces para la obra	235 visualizaciones, 11 likes	18-24: 60% 25-34: 25% 35-44: 7% 45-54: 3%
Presentación del equipo de vestuario	775 visualizaciones, 53 likes, 2 comentarios, 4 compartidas, 1 guardado	18-24: 40% 25-34: 35% 35-44: 15% 45-54: 5% 55+: 5%
Galas de los Capuletos y Montescos	282 visualizaciones, 34 likes, 1 compartido	18-24: 55% 25-34: 25% 35-44: 10% 45-54: 5% 55+: 5%
Ensayo de nuestro Romeo	1.7k visualizaciones, 82 likes, 2 comentarios, 2 guardados	18-24: 70% 25-34: 15% 35-44: 5% 45-54: 5% 55+: 5%
Falta poco para el estreno (fondo rojo)	382 visualizaciones, 27 likes, 1 compartido	18-24: 45% 25-34: 35% 35-44: 10% 45-54: 5% 55+: 5%
Ensayo de la obra	588 visualizaciones, 13 likes	18-24: 65% 25-34: 20% 35-44: 5% 45-54: 5% 55+: 5%
Obra trágica	288 visualizaciones, 19 likes, 1 guardado	18-24: 50% 25-34: 30% 35-44: 10% 45-54: 5% 55+: 5%
Invitación al estreno	1.8k visualizaciones, 18 likes, 1 compartida	18-24: 55% 25-34: 25% 35-44: 10% 45-54: 5% 55+: 5%

Nota: Elaboración propia en base a las estadísticas de la plataforma de TikTok.

Como podemos ver en la tabla 3, el algoritmo de TikTok mostro nuestros videos a un público joven que comprenden los rangos entre 18-24 representando aproximadamente el 60-70% del total de espectadores. Curiosamente, los videos con mayor interacción estuvieron enfocados en aspectos técnicos y de producción de la obra, dando a entender que el público joven si se interesa por el “detrás de escena”.

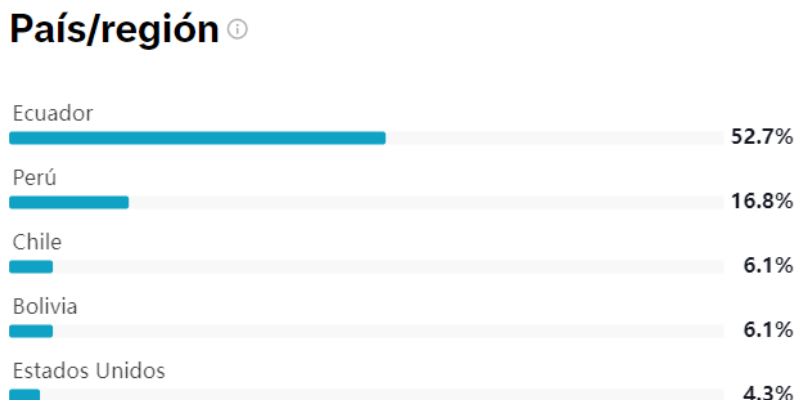
También, en el siguiente gráfico (véase Ilustración 2) la fuente de tráfico principal fue dada por la misma plataforma, pues haciendo una viralidad amena y productiva. Comprendiendo que el apartado “For You” es un feed de videos personalizado según el interés e interacciones del usuario.

Ilustración 1 Fuente de tráfico TikTok



De acuerdo al algoritmo de TikTok la mayoría de nuestros videos fueron viralizados gracias a este, pues recomendó el video en la parte de “For You (Para ti)” dando más alcance a cada video.

Ilustración 2 *Espectadores promedio por país en TikTok*



Por su lado, Ecuador con el 52,7% se posicionó como el país con más espectadores visualizando nuestro contenido, como se puede observar en la ilustración 3. Así mismo, lo sigue Perú, con el 16,8%, Chile y Bolivia comparten con el 6,1% de espectadores, y, por último, tenemos a Estados Unidos con un 4,3% de espectadores

8 Conclusiones

La presente investigación ha indagado una estrategia de difusión para la adaptación de la obra clásica "Romeo y Julieta" de William Shakespeare en la plataforma digital TikTok, evidenciando un camino interesante en la difusión de obras dramáticas clásicas para que puedan despertar un interés en las nuevas generaciones.

Este estudio ha contribuido a reforzar la idea de que, a través del uso estratégico de las redes sociales y su capacidad para difundir contenidos de manera rápida y atractiva, es posible revitalizar el interés en el teatro clásico, conectándolo eficazmente con un público joven y diverso.

La difusión de la adaptación de "Romeo y Julieta" a través de TikTok ha constituido un ejercicio de reinterpretación creativa, que ha permitido superar las barreras de acceso y comprensión típicamente asociadas con las obras clásicas, lo cual se ha llevado a cabo a través de

la utilización, al interior de la plataforma de formatos breves, visuales y altamente interactivos, evidenciando una metodología efectiva para captar la atención de la audiencia objetivo.

Abordar la ejecución de una estrategia de difusión integrada con elementos clave de la obra y desde las metodologías propias del TikTok, permitió proponer y aplicar técnicas de narración visual creativas y una participación interactiva, que generaron una inmersión del público, generalmente joven, en el proceso de montaje de la obra.

Este trabajo destaca por su enfoque práctico y aplicado en el contexto de las redes sociales, ya que sus alcances exceden la teoría detrás de la promoción y/o difusión de obras dramáticas a través de los nuevos medios, e implementa dichas teorías en un escenario real, demostrando la viabilidad de las estrategias digitales en la promoción del teatro clásico, sobre todo para llegar a las nuevas generaciones.

Para futuras investigaciones, se sugiere explorar la adaptación de una gama más amplia de obras literarias y teatrales a plataformas digitales, evaluando la efectividad de diferentes estrategias de difusión. Sería valioso investigar el impacto a largo plazo de estas adaptaciones en la comprensión y aprecio del público joven por la literatura y el teatro clásico. Además, se recomienda analizar el rol de la interactividad y la participación de la audiencia en el proceso de aprendizaje y apreciación cultural.

Así mismo, la estrategia de difusión de la adaptación de "Romeo y Julieta" en TikTok ha ofrecido una respuesta afirmativa a la pregunta de cómo acercar los clásicos teatrales a las nuevas generaciones y lo ha hecho a través de la estrategia creativa y el uso de las redes sociales, con esto es posible, no solo mantener vivo el teatro clásico, sino también fomentar un nuevo diálogo entre las obras del pasado y las audiencias del presente.

9 Bibliografía

- Alekhin, V. K. (2021). Osnovnye printsiipy raboty algoritmov TikTok [Basic principles of TikTok algorithms]. *Vek informatsii*, 5(2), 53-65.
- Arifin, F. (2022). Beyond tiktok: Optimizing social media platform for English learning purpose. *ELT Echo The Journal of English Language Teaching in Foreign Language Context*, 7(1), 25. <https://doi.org/10.24235/eltecho.v7i1.9579>
- Baena Graciá, V. (2022). Vinculación emocional hacia la marca y marketing digital como estrategia de éxito en tiempos de covid-19. *Revista De Marketing Y Publicidad*, (6), 35–56. <https://doi.org/10.51302/marketing.2022.3497>
- Basch, C., Hillyer, G. & Jaime, C. (2022). COVID-19 on TikTok: harnessing an emerging social media platform to convey important public health messages. *International Journal of Adolescent Medicine and Health*, 34(5), 367-369. <https://doi.org/10.1515/ijamh-2020-0111>
- Conde del Rio, M.A. (2021). Estructura mediática de tiktok: estudio de caso de la red social de los más jóvenes. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 26, 59-77. <http://doi.org/10.35742/rcci.2021.26.e126>
- Feldkamp, J. (2021). The Rise of TikTok: The Evolution of a Social Media Platform During COVID-19. In: Hovestadt, C., Recker, J., Richter, J., Werder, K. (eds) Digital Responses to Covid-19. SpringerBriefs in Information Systems. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-66611-8_6

- García-Marín, D., & Salvat-Martinrey, G. (2022). Viralizar la verdad. Factores predictivos del engagement en el contenido verificado en TikTok. *Profesional De La información Information Professional*, 31(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.mar.10>
- Issar, S. (2023). The social construction of algorithms in everyday life: Examining TikTok users' understanding of the platform's algorithm. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 1-15.
- Karizat, N., Delmonaco, D., Eslami, M., & Andalibi, N. (2021). Algorithmic folk theories and identity: How TikTok users co-produce Knowledge of identity and engage in algorithmic resistance. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 5(CSCW2), 1-44.
- Kartun, M. (2018). Escritos sobre dramaturgia y teatro de títeres. *Móin-Móin - Revista De Estudos Sobre Teatro De Formas Animadas*, 1(08), 012-026. <https://doi.org/10.5965/2595034701082011012>
- Martin Neira, Juan Ignacio, Trillo-Domínguez, Magdalena, & Olvera-Lobo, María-Dolores. (2023). De la televisión a TikTok: Nuevos formatos audiovisuales para comunicar ciencia. *Comunicación y sociedad*, 20, e8441. Epub 17 de abril de 2023. <https://doi.org/10.32870/cys.v2023.8441>
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the psychology of TikTok use: A first glimpse from empirical findings. *Frontiers in public health*, 9, 641673.
- Pérez, J. (2020). Tik Tok mucho más que bailecitos y centennials. *Interactiva: Revista de la comunicación y el marketing digital*, (190), 56-63.

- Prabayanti, H. R., Romadoni, Y., & Kusuma, Y. (2021, December). Media Consumption Patterns to Get English Learning Information in Tiktok. In *International Joint Conference on Arts and Humanities 2021 (IJCAH 2021)* (pp. 857-863). Atlantis Press.
- Ramallal, Pablo Martín, & Belda, Juan Pablo Micaletto. (2021). Tiktok, red simbiótica de la generación z para la realidad aumentada y el advergaming inmersivo. *Revista de Comunicación*, 20(2), 223-243. <https://dx.doi.org/10.26441/rc20.2-2021-a12>
- Soto, H. M. (2022). Estéticas en Tik Tok: entre lo histórico y lo digital. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, (152).
- Suárez Moreno, C. S. (2021). Isidro Luna, teatro caníbal y dramaturgia hacker. *Tsantsa. Revista de Investigaciones artísticas*, (11), 145-164. <https://publicaciones.ucuenca.edu.ec/ojs/index.php/tsantsa/article/download/3910/2795>
- Swedzky, J. (2018). Practicar la desorganización del mundo - La experiencia del Taller de dramaturgia en teatro de objetos. *Urdimento: Revista De Estudios Em Artes Cênicas*, 2(32), 305–312. <https://doi.org/10.5965/1414573102322018305>
- Torres-Toukoumidis, Á., De-Santis, A., & Vintimilla-León, D. (2021). *TikTok: Más allá de la hipermedialidad*. Editorial Abya-Yala.
- Valencia, K. G. M., Saravia, F. R. B., Aguilar, M. E. S., & Ruz, D. E. M. (2020). TikTok como agente socializador de contenido e innovación creativa. *IC Investig@ ficcion*, 18.