



José-Luis TORRES-MARTÍN

Universidad de Málaga (España)

Eduardo VILLENA-ALARCÓN

Universidad de Málaga (España)

Nuevas narrativas en redes sociales: el caso de TikTok

Las nuevas formas narrativas generadas a partir de videos cortos han logrado captar la atención de los investigadores en los últimos años. Al margen de YouTube, a día de hoy diferentes redes sociales han ido incorporando paulatinamente sendas herramientas para incluir el video dentro de su contenido; sin embargo, pocas plataformas han alcanzado tanta relevancia como la generada por TikTok. La amplia penetración de esta red social entre los usuarios la han convertido en la mejor alternativa para generar contenido a través de video. En consecuencia, de su capacidad prescriptora emerge ahora una nueva figura: el tiktokker. Del mismo modo, empresas y marcas de distintos sectores han ido tomando posiciones aquí dada su escasa saturación y su poca publicidad. En base a esto, la presente investigación tiene por objeto poner de manifiesto las oportunidades narrativas que ofrece TikTok como herramienta comunicativa; así como conocer las características que definen al nuevo influencer.