

# Trabajo Fin de Grado

**La guerra tras el celular:** análisis de la cobertura de la guerra de Ucrania a través de TikTok por medios de comunicación e informadores

Autor/es

Eduardo Ramírez Carazo

Director/es

Dr. Joseba Bonaut Iriarte

Facultad de Filosofía y Letras  
Universidad de Zaragoza  
2023

**Resumen:** TikTok es una de las redes sociales más populares del momento. Además de proporcionar contenidos de entretenimiento, supone un importante método de difusión para piezas informativas pertenecientes a periodistas, comunicadores y medios digitales o tradicionales. Dentro de ella, la Guerra de Ucrania es un evento informativo internacional que acumula millones de visualizaciones, en un gran número de vídeos informativos de noticias narradas, reportajes con música o grabaciones desde el lugar de los hechos. Este trabajo realiza un análisis de contenido de cuarenta vídeos pertenecientes a cuatro perfiles (diez de cada uno) de medios de cuatro países diferentes: *Ac2ality* (España), *Brut.* (Francia), *Daily Mail* (Reino Unido) y *NowThis* (Estados Unidos). En el análisis, se desmenuzan las particularidades periodísticas, visuales, sonoras, tipográficas y digitales, y se establecen cauces comunes y conclusiones derivadas de ellos. Se observa, finalmente, que TikTok posee unas características propias en el tipo de información periodística que brota de su plataforma.

**Palabras clave:** TikTok; Ucrania; guerra; redes sociales; periodismo; *Ac2ality*; *Brut.*; *Daily Mail*; *NowThis*.

**Abstract:** TikTok is one of the most popular social networks of the moment. In addition to providing entertainment contents, it is an important broadcast method for informative pieces from journalists, communicators and digital or traditional media. Within it, the Ukrainian War is an international informative event that accumulates millions of views, in a large number of informative videos of narrated news, reports with music or recordings from the scene of the events. This work carries out an analysis of forty videos belonging to four profiles (ten of each) of media from four different countries: *Ac2ality* (Spain), *Brut.* (France), *Daily Mail* (United Kingdom) and *NowThis* (United States). In the analysis, the journalistic, visual, sound, typographic and digital particularities are broken down, and common channels and conclusions derived from them are established. Finally, it is observed that TikTok has its own characteristics in the type of journalistic information that flows from its platform.

**Keywords:** TikTok, Ukraine; war; social networks; journalism; *Ac2ality*; *Brut.*; *Daily Mail*; *NowThis*.

# ÍNDICE

|                                                                     |         |
|---------------------------------------------------------------------|---------|
| 1. Introducción                                                     | pág. 3  |
| 2. TikTok: La red social del consumo rápido                         | pág. 7  |
| 2.1. Historia, evolución y descripción de la plataforma             | pág. 7  |
| 2.1.1. La creación                                                  | pág. 7  |
| 2.1.2. La fusión con Musical.ly                                     | pág. 9  |
| 2.1.3. El confinamiento: un inesperado empujón                      | pág. 10 |
| 2.1.4. La propiedad: ByteDance y China                              | pág.    |
| 2.2. El contenido en TikTok: <i>fast food</i> audiovisual           | pág. 12 |
| 2.2.1. Tipo de vídeos en TikTok: características principales        | pág. 12 |
| 2.2.2. La clave: el algoritmo                                       | pág. 16 |
| 2.2.3. Otros métodos de éxito                                       | pág. 17 |
| 2.2.4. Referentes en TikTok: generales e informativos               | pág. 18 |
| 3. El conflicto Rusia-Ucrania: Causas, hechos y cobertura           | pág. 22 |
| 3.1. Rusia y Ucrania: una relación milenaria                        | pág. 22 |
| 3.1.1. El Rus de Kiev y el origen de los territorios eslavos        | pág. 22 |
| 3.1.2. Polonia e Imperio Zarista: una división de intereses         | pág. 24 |
| 3.1.3. Siglo XX: Guerra, comunismo e independencia                  | pág. 26 |
| 3.2. La guerra de Ucrania (2022-2023): origen, causas y desarrollo. | pág. 27 |
| 3.2.1. Orígenes en el siglo XXI: La Revolución Naranja              | pág. 27 |
| 3.2.2. Causas clave: anexión de Crimea y Guerra del Dombás          | pág. 28 |
| 3.2.3. La guerra de Ucrania: inicio y desarrollo                    | pág. 30 |
| 3.3. La guerra de Ucrania en los medios                             | pág. 34 |
| 4. Análisis del contenido en TikTok                                 | pág. 36 |
| 4.1. Metodología                                                    | pág. 36 |
| 4.2. Análisis en profundidad                                        | pág. 38 |
| 4.2.1. España: Ac2ality                                             | pág. 38 |
| 4.2.2. Francia: Brut.                                               | pág. 55 |
| 4.2.3. Reino Unido: Daily Mail                                      | pág. 66 |
| 4.2.4. Estados Unidos: NowThis                                      | pág. 75 |
| 5. Debate y conclusiones                                            | pág. 85 |
| 6. Bibliografía                                                     | pág. 90 |

# 1. Introducción

En plena década de los 20 del siglo XXI, es innegable que todo el planeta se encuentra interconectado gracias a unas nuevas herramientas de conexión virtual. Las redes sociales han complementado o incluso sustituido a viejos métodos de comunicación, fenómeno que, por supuesto, también ha alcanzado al mundo del periodismo. Como modo de información cercano al pueblo, la profesión periodística no ha tardado en asentarse en estas plataformas, desde donde utilizan sus canales de difusión textuales o audiovisuales para generar tráfico digital, alcanzar notoriedad e, incluso, surgir desde dichos espacios. Y una de las redes que, en los últimos años, ha dado más que hablar dentro del mundo del periodismo, o de la sociedad en general, ha sido TikTok. La compañía china parece haber acaparado gran cantidad del mercado global del entretenimiento, pero supone también un baluarte muy empleado para la difusión de noticias y sucesos. Dentro de este contexto internacional, la realidad de la plataforma hace que resulte ciertamente interesante notificar y categorizar a las nuevas informaciones que están surgiendo minuto a minuto dentro de esta. Por ello, en un contexto social de gran importancia de esta red social, surge este trabajo, que viene a comprobar qué hay de novedoso o de característico entre las piezas informativas que la pueblan.

Para ello, hemos considerado apropiado seleccionar un evento informativo de repercusión internacional, del cual hubieran hablado la gran mayoría de los medios de comunicación, y que no presentase grandes problemas a la hora de buscar noticias del mismo. Por ello, hemos escogido el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania, una guerra que (al menos hasta el primer semestre de 2023) no ha presentado signos de finalizar por el momento.

De este modo, nuestro trabajo tratará de corroborar o refutar la hipótesis de que en TikTok existe un modo característico y diferente de comunicar piezas periodísticas, respecto a los medios tradicionales. Con ello, nos plantearemos diversos objetivos. En primer lugar, Debemos realizar una descripción minuciosa de la plataforma, a fin de resaltar los aspectos más importantes de la misma que nos permitan enlazar los resultados de nuestro análisis con ellos. Del mismo modo, también resulta pertinente contextualizar el conflicto armamentístico, a fin de lograr la comprensión general de este, y las relaciones entre sus agentes, por parte del lector. Asimismo, también nos

plantearemos el objetivo de analizar una cifra significativa (alrededor de cuarenta) de piezas noticiosas para lograr encontrar puntos en común y tendencias que nos lleven a esclarecer su idiosincrasia, y así refrendar o refutar la hipótesis propuesta. Por último, perseguimos el objetivo de agrupar dichas características de modo que se genere un debate y conclusiones útiles para etiquetar el tipo de informaciones propuestas.

En este trabajo, llevaremos a cabo una metodología basada en el análisis de cuarenta vídeos publicados en la aplicación TikTok, por cuatro perfiles pertenecientes a medios de comunicación (nativos digitales o tradicionales). La selección de estas cuentas se realizará en relación con el número de seguidores: de manera descendiente, comenzando con aquellos perfiles con mayor cantidad de estos. Asimismo, se limitará a un representante por país, por lo que trataremos medios de cuatro naciones diferentes. Los países escogidos han sido España, Francia, Reino Unido y Estados Unidos, por su proximidad geográfica o cultural, y su importancia como naciones dentro del entorno mediático y político del mundo occidental.

Por otro lado, como ya detallaremos dentro del análisis, los 10 vídeos escogidos de cada medio se ordenarán en función de la cantidad de visualizaciones, en un orden de mayor a menor. Asimismo, se omitirán aquellos que, si bien nombran al conflicto, se encuentran dentro de un contexto de varias informaciones o no tengan una relación directa con el hecho o sus actores.

Cada pieza informativa se analizará en base a cinco categorías, entre las que encontramos “tipología periodística”, “imagen”, “sonido”, “tipografía” y “uso digital”.

Durante la realización de este trabajo, emplearé fuentes de información diversas, que me permitirán realizar un análisis general y específico de todos los puntos que deseo tratar. Así, utilizaré fuentes académicas, provenientes del archivo Dialnet, así como del buscador específico Google Académico. Junto a ellas, utilizaré artículos periodísticos, reportajes o noticias presentes en medios de comunicación digitales, así como páginas web fiables en su contenido y actividad. Estas fuentes, fundamentalmente, serán de piezas en español e inglés. Por otro lado, acudiré a la fuente original de los vídeos de TikTok de los perfiles seleccionados, que analizaré directamente. También, habrá ciertos aspectos que incluiré desde mi conocimiento y capacidad personal. Las referencias empleadas a lo largo de este trabajo se incluirán al final del mismo, dentro del apartado “referencias bibliográficas”, distinguiéndose y categorizándose entre aquellas provenientes de un texto, imagen o vídeo. Asimismo, a lo largo del trabajo,

también aparecerán citas entre paréntesis para mostrar la autoría de ciertas afirmaciones o información expuesta.

Por último, cabe mencionar la organización que seguiré a la hora de estructurar este texto. Como bien está fijado en el índice superior, comenzaré con un marco teórico en el cual detallaré tanto la idiosincrasia de la plataforma (su historia, propiedad, características y referentes principales) como una descripción detallada y cronológica de las relaciones y disputas entre Rusia y Ucrania (desde la creación de los primeros Estados hasta el inicio y desarrollo explicado del conflicto actual). Al ser un conflicto en continuo cambio y no estar finalizado es posible que ciertos resultados de la guerra alteren algunos elementos expuestos. Sin embargo, está indicado el momento hasta el cual se ha estado analizando dicho acontecimiento, del mismo modo que las referencias bibliográficas.

Tras esto, llevaremos a cabo el análisis principal, al cual acompañaremos con la metodología expuesta, de manera más detallada. Este análisis irá acompañado de imágenes que complementarán e ilustrarán lo defendido, y que también se encontrarán referenciadas al final del trabajo. Después del análisis a los cuarenta vídeos, se sucederá un apartado en el cual extraeremos los puntos en común que los unen, y realizaremos un debate que nos permita refrendar o refutar la hipótesis, así como proponer conclusiones útiles para posteriores investigaciones y consultas.

Finalmente, como hemos mencionado, exponemos el apartado de referencias bibliográficas, en el que aparecerán las fuentes consultadas en orden alfabético (en caso de texto), las imágenes referenciadas en orden de aparición en el trabajo, y los vídeos con la misma ordenación que aparece en el apartado de análisis.

## 2. TikTok: La red social del consumo rápido

### 2.1. Historia, evolución y descripción de la plataforma

#### 2.1.1. La creación

En el presente epígrafe, voy a realizar un recorrido por las principales particularidades de la red social TikTok, incidiendo en su creación, las diferencias entre sus versiones internacionales y la evolución desde su fundación, además de exponer la idiosincrasia de sus contenidos: explicar el algoritmo de la plataforma, el formato de vídeos publicados o los principales usuarios referentes, a rasgos generales y en materia informativa.

TikTok es una red social de origen chino de vídeos cortos (con duración de hasta 10 minutos) y retransmisiones en vivo, en la cual los creadores tienden a realizar contenido audiovisual basado en categorías como el baile, la comedia rápida o la divulgación, fomentando así la creatividad de los usuarios por medio de *playback* o a través de la utilización de piezas musicales de fondo (Sotelo, 2018). La propia TikTok define su página como el lugar desde donde se forja la viralidad: “Las tendencias empiezan aquí”, reza su eslogan (TikTok, 2023).

El origen de TikTok se encuentra en el gigante asiático, país que vio comenzar (y en el que comenzó) su andadura en el año 2016, bajo el nombre de A.me (Davis, 2018). En diciembre de ese mismo año, modificaron su nombre a Douyin, cuyo significado en chino es “sacudir la música” (Fernández, 2021), una nomenclatura que casa a la perfección con la imagen de rapidez de contenidos y vertiginosidad de su formato. En el momento de su creación, la plataforma se enfrentó a un mercado, el de los vídeos cortos en China, remarcablemente lleno, donde ya convivían aplicaciones como Kuaishou (lanzada en 2011) o Miaopai (2012), y al que se unirían otras durante los comienzos de Douyin, como Haokan Shepin (2017) (Graziani, 2018).

Desde 2016 y hasta el año siguiente de su fundación, Douyin vivió algunos de los primeros éxitos que catapultaron a su servicio haciéndola destacar entre las demás empresas del sector. En primer lugar, actualizó su imagen de marca modernizando el logo y modificando su nombre. Además de ello, incluyó la posibilidad de compartir los contenidos de la red en otras redes sociales, especialmente QQ y WeChat: aplicaciones de mensajería chinas con una utilización similar a otras como WhatsApp en occidente,

previando el deseo de múltiples consumidores que demandarían compartir sus vídeos favoritos entre contactos y amigos (Graziani, 2018).

En una segunda fase de crecimiento, (entre mayo y diciembre de 2017), Douyin vivió un progreso exponencial gracias a acciones comerciales que incluían el patrocinio de programas de gran éxito en el país, como *The Rap of China* (中国有嘻哈) o *Happy Camp* (快乐大本营), programas musicales y de variedades de gran audiencia en China. Además de ello, incluyeron filtros y efectos que amplificaban las posibilidades creativas de los consumidores y creadores (y que se han mantenido hasta el día de hoy) (Graziani, 2018), siendo similar a las características que ofrecía otra de las aplicaciones más empleadas del momento, y que hoy se encuentra en desuso en España: Snapchat. Douyin incorporó, además, la posibilidad de realizar vídeos en vivo, restringida en un primer momento a usuarios con un número masivos de seguidores: al menos cincuenta mil. Estos avances lograron que, hacia verano de 2018, Douyin se convirtiera en la segunda aplicación más popular en los mercados de aplicaciones chinos, y la primera en la categoría de fotografía/vídeo (Graziani, 2018). Sin embargo, el gran hito de la compañía asiática llegaría en noviembre de 2017. Ese mes, la empresa propietaria de Douyin, ByteDance, anunció que Musical.ly, una *startup* china dedicada también a los vídeos cortos, sería absorbida por TikTok (Graziani, 2018).

Figuras 1 y 2: logo de TikTok (izquierda) y logo de Musical.ly (derecha)



Fuente: ByteDance (izda.), Alex Zhu, Luyu Yang (dcha.).

Musical.ly vio la luz en 2014, de la mano de Alex Zhu y Louis Yang, quienes desarrollaron la *app* después de modificar una primera idea basada en una aplicación

educativa: Cicada. En ella, pretendían crear vídeos de unos tres minutos de duración basados en la explicación de algún tema concreto. Pero la complejidad y costo de creación de esos vídeos hacían que la balanza entre esfuerzo y recompensa no estuviera equilibrada. Además, creían que la excesiva duración de los vídeos no atraería a los adolescentes. En los próximos meses, la compañía decidió mejorar el posicionamiento de la marca modificando aspectos como la presencia del logo en los propios vídeos (como observamos al compartir un vídeo de TikTok hoy en día). En julio de 2015, Musical.ly había alcanzado el número uno en la página de iTunes (Carson, 2016). El crecimiento de esta competidora de Douyin era realmente significativo, habiendo provocado el surgimiento de populares *trends* o modas (como el famoso baile de *Dame tu Cosita*, en el que un alien computarizado bailaba al ritmo de la canción homónima, provocando que fuera imitado por usuarios de todo el mundo [Cole, 2018]), configuraban ya la forma de viralidad que seguirían los referentes de TikTok en el futuro.

### **2.1.2. La fusión con Musical.ly**

Así pues, ante este paradigma de mercado, ByteDance decidió absorber Musical.ly para potenciar exponencialmente su presencia y llegar a cuotas más altas, por un precio de mil millones de dólares (Morais, 2020). En una nota de prensa, la compañía anunciaba la fusión como una “experiencia de usuario unificada”, en la que se creaba un nuevo logo, interfaz y ofrecía “grandes posibilidades” para la creación de vídeos (TikTok, 2018). El nombre de la nueva aplicación combinada, TikTok, representaba para Zhu (cofundador de Musical.ly) el sonido de las agujas de un reloj, que combinaba con la idiosincrasia de su *app* (de vídeos cortos, como el *tik* de dicho reloj) para representar que la marca buscaba “recordar a todos que atesoren cada precioso momento de sus vidas”. De este modo, los usuarios internacionales que ya poseyeran Musical.ly pasarían a actualizarla a TikTok (TikTok, 2018). Sin duda, esta acción fue un auténtico acierto. La migración de cuentas a la nueva plataforma potenció su uso, hasta el punto de alcanzar los ochocientos millones de miembros a nivel global ese año, así como presencia en ciento cincuenta países y setenta y cinco idiomas distintos (Morais, 2020). La comprensión de esta fusión es fundamental para abordar el tipo de contenidos que se realizan en la plataforma, pues ambas marcas primitivas sentaron las bases de creación de dichos contenidos, el público objetivo y la interfaz de la aplicación. En 2019, TikTok alcanzó los mil quinientos millones de descargas en todo el mundo, con más de

quinientos millones de usuarios activos al mes, lo que suponía superar a gigantes como Twitter y Snapchat unidos (Morais, 2020).

A partir de la fusión de ambas redes, el crecimiento de TikTok ha ido creciendo año tras año, consolidándose como una plataforma de referencia en casi todos los rincones del globo.

### **2.1.3. El confinamiento: un inesperado empujón**

Uno de los momentos más trascendentales de este siglo en lo que a Internet se refiere ha sido la pandemia de la COVID-19. El confinamiento domiciliario que provocó hizo que las redes sociales y plataformas digitales adquirieran un nuevo sentido y potenciaran su aspecto social durante ese período. TikTok no fue menos. Durante las dos primeras semanas de marzo de 2020, las descargas de la *app* crecieron un 9,4% con respecto a los 15 días previos. La tendencia de crecimiento y uso de la plataforma para aspectos más allá del entretenimiento ya se dejaba ver cuando la OMS (Organización Mundial de la Salud) creó su propio perfil el 28 de febrero de 2020 (Refojos, 2020). Desde allí, comenzó a compartir información de relevancia sanitaria para todo el planeta, incluyendo consejos sobre cómo colocar correctamente la mascarilla sanitaria, o procedimientos de lavado de manos para evitar contagios (OMS, 2020). Es decir, organismos oficiales estaban comenzando a utilizar TikTok como método de divulgación e información, de un modo similar a las cuentas de periódicos o medios tradicionales, lo que aportaba gran visibilidad (tanto a la plataforma como a dichos medios). No por nada, la red china decidió ayudar a esta organización enviándole diez millones de dólares para material sanitario, investigación y otras acciones contra la propagación del coronavirus (Refojos, 2020).

Durante el período de confinamiento, surgieron gran cantidad de *hashtags*, *challenges* (retos) y *trends* (tendencias virales) que potenciaron la capacidad social de TikTok, y ampliaron el tráfico de todo tipo de contenidos en la plataforma. Algunos de los *hashtags* o etiquetas más empleadas durante este período fueron *#coronavirus*, *#stayathome*, *#quarantine*, entre otros (Olivares y Méndez, 2020).

Durante el 2020, según datos de Statista, TikTok superó en número de usuarios activos a Instagram, LinkedIn, Twitter, Snapchat y WeChat, convirtiéndose en la red social de referencia por detrás de Facebook (Mena, 2022). En julio de ese año, había alcanzado los 689 millones de usuarios (PuroMarketing, 2021).

A partir de ahí, el crecimiento de TikTok no ha tenido techo. En 2021, alcanzó los mil millones de usuarios activos. Un “techo” que a Instagram le costó cinco años tocar, a TikTok solamente tres (PuroMarketing, 2021). Un año después, en junio de 2022, ya poseía más de mil setecientos millones. Se estima que, para 2024, la plataforma alcance los dos mil millones (Mena, 2024). Según una encuesta realizada a unos quince mil adolescentes por Piper Sandler en otoño de 2022, el 38% de los encuestados ya considera a TikTok como su red social favorita. Si bien es cierto que Instagram sigue siendo la más utilizada, los usuarios de TikTok permanecen más tiempo de media dentro de la plataforma, un factor diferencial para tener en cuenta (Martínez, 2022). Si echamos un vistazo a la evolución de las búsquedas globales del término “tiktok” en Google vía Google Trends, observamos un crecimiento gradual notable del interés por la red social a partir de 2020, especialmente dentro del mercado asiático (Indonesia, Nepal o Filipinas lideran la lista), habiendo tenido su pico máximo entre el 20 y el 25 de diciembre de 2022, coincidiendo con las noticias sobre espionaje a periodistas por parte de la plataforma china, y su prohibición por parte del sector público en Taiwán (Google Trends, 2023). De este modo, TikTok continúa acumulando más usuarios cada día, produciendo infinidad de contenido que, por ahora, no parece tener fin, a pesar de estas acusaciones.

#### **2.1.4. La propiedad: Bytedance y China**

Y es que es esencial tener en cuenta la propiedad de esta plataforma si queremos analizar correctamente su contenido. La empresa detrás de TikTok es ByteDance, una de las grandes tecnológicas chinas, propiedad del multimillonario Zhang Yiming, que posee otras redes sociales de importancia en el gigante asiático, como Vigo Video o Houshan. Con residencia en Pekín y sin pasar los cuarenta años, amasa una fortuna de más de 35 mil millones de dólares. Si bien Yiming comenzó con *apps* de noticias como Toutiao, encontró en Douyin su mayor éxito (Velasco, 2021).

ByteDance ha ido desde entonces emprendiendo ciertas acciones empresariales. Es también propiedad de Xigua Video, otra *app* de contenidos de corta duración, con más de cien millones de usuarios activos mensuales. Posee acuerdos con grandes empresas de telecomunicaciones, como BBC, para realizar contenido audiovisual, y se prevé que potencie el desarrollo de películas y series de televisión (Espallargas, 2021).

La diversificación digital es una de las mayores preocupaciones de la marca, como se observa con la compra de estudios de videojuegos para móviles y fabricantes de gafas

de realidad virtual, entre otros (Espallargas, 2021). Algo que evidencia la propia presentación de la compañía en su página web, donde definen su mentalidad como “emprendedora”, afirmando que centran su atención en la innovación, y no en los logros del pasado. También, recalcan su carácter humilde, abierto, inclusivo... Una serie de valores que la empresa denomina “ByteStyles”. También, detallan que cuentan con más de ciento cincuenta mil empleados, localizados en múltiples ciudades alrededor del mundo, como Barcelona, Dubái, Tokio... mostrando siempre su interés respecto a la globalización (ByteDance, 2023).

Sin embargo, esta globalización ha traído en consecuencia ciertas acusaciones que vinculan a TikTok y sus propietarios con el espionaje chino. Estas declaraciones adquieren vital importancia en conflictos bélicos como el de Ucrania, en los que las potencias internacionales pueden ejercer influencia sobre la población y consumidores. Entre otras acusaciones, ha sido la Sección de Fraudes de la División Penal del Departamento de Justicia, en colaboración con la Fiscalía del Distrito Este de Virginia, en Estados Unidos, la que ha pedido información a la plataforma de Yiming sobre supuestos intentos de localización a periodistas estadounidenses y sustracción de datos a usuarios de la aplicación. Investigación que lidera el FBI, según informa Forbes, que denunció el caso en octubre de 2022, haciéndose público en diciembre. La respuesta de la compañía china insistió en que condenaban los hechos, aunque aclaraban que los acusados ya no trabajaban allí. A propósito de estas acciones, han exigido la venta de TikTok por parte de ByteDance bajo amenaza de prohibir la *app* en todo el país. Por otro lado, esta demanda salió a la luz en un momento de crispación dentro del país americano, pues varios políticos habían hecho ya explícito su deseo de vetar la plataforma asiática del mercado estadounidense. La contrapropuesta de ByteDance pasaba por alojar los datos de los usuarios en servidores americanos gestionados por un equipo con sede en los Estados Unidos (Baker-White, 2023). A día 24 de marzo de 2023, el caso sigue generando polémica entre esferas de poder y ciudadanos.

## **2.2. El contenido en TikTok: *fast food* audiovisual**

### **2.2.1. Tipo de vídeos en TikTok: características principales**

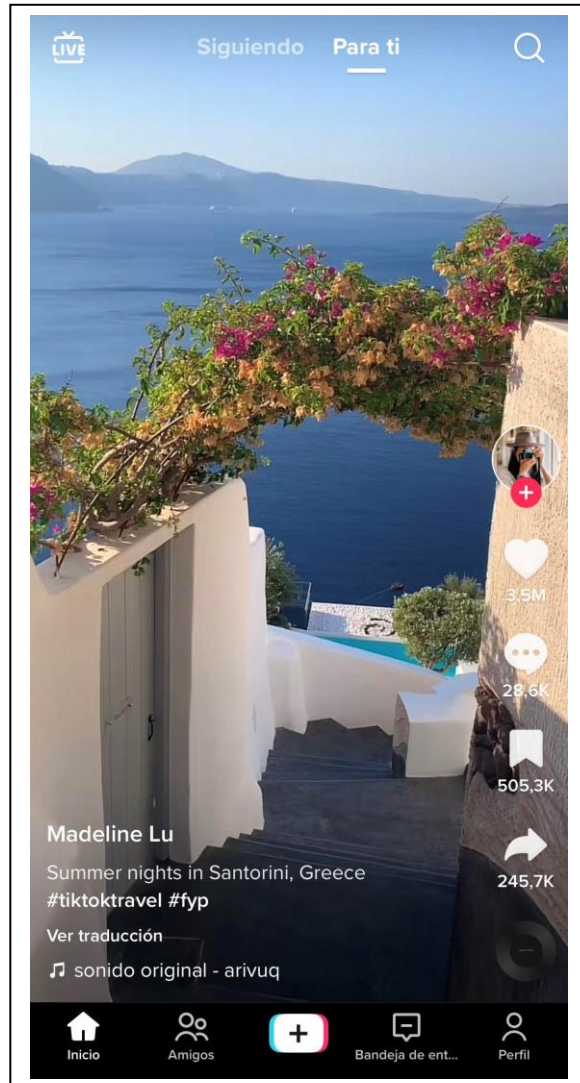
En este siglo XXI, es innegable la popularidad del consumo rápido. Hamburguesas, cafés, series de televisión... Se crea así toda una sociedad basada en las cortas e

intensas experiencias, algo que, inevitablemente, acaba llegando al terreno de las redes sociales. Especialmente para deleite de la generación Z, TikTok nos ofrece precisamente participar dentro de esta cadena: el contenido rápido, visual, impactante. Para comprender esto, es necesario realizar un detallado escáner a las principales funciones de la plataforma.

Nada más ingresar en la aplicación desde un dispositivo móvil, observamos el logo de la plataforma, su nombre y una pantalla completa en negro. Este logo es realmente descriptivo: muestra perfectamente lo que podemos encontrar si nos adentramos en ella. La corchea forma una “d” (representación de Douyin, pese a que en occidente esta relación pierde sentido), bajo la cual aparecen sombras rojas y azules que emulan las luces de colores de una fiesta (algo que marca el contenido de la *app* es la utilización de música de fondo, además de la presencia de bailes y retos musicales virales dentro de la plataforma) (Yang, 2020).

Dentro de la misma, se reproduce en casi pantalla completa un vídeo, en el que los botones de interacción están integrados para crear un espacio más natural al usuario. Estos botones se resumen en: un círculo con la foto de perfil del creador, un corazón para simular el clásico “me gusta”, una sección de comentarios, otra para guardar el vídeo dentro de tu cuenta en la *app*, un botón para reenviarlo a través de otras plataformas o a tus contactos de TikTok y, por último, una sección en la que explorar el audio utilizado en dicho contenido. Estas opciones muestran ya el carácter social y rápido de la web: la búsqueda de interacciones, comentarios, *likes* y reacciones al momento.

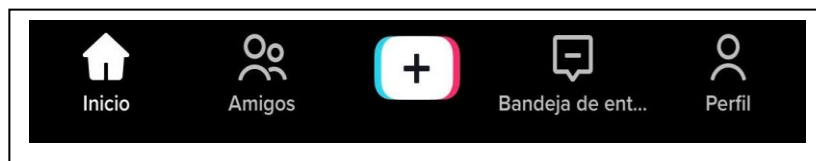
Figura 3: Interfaz de TikTok



Fuente: @lu\_madeline vía TikTok

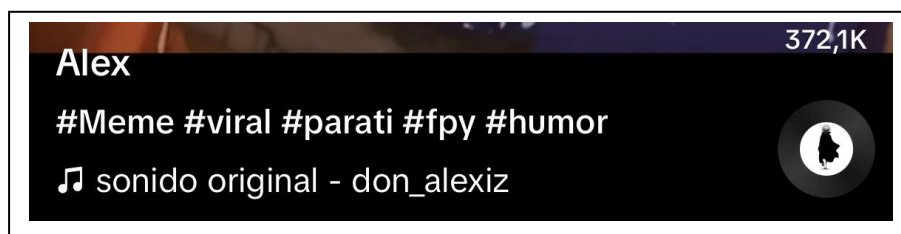
Una barra de herramientas en la parte inferior muestra la página de inicio, la sección “amigos” (en la que sólo aparecen vídeos publicados por seguidores a los que también sigues), un icono colorido con forma de “+” que hace las veces de botón de “publicar”, una bandeja de entrada (para todos los mensajes que recibas a través del chat individual que posee, de manera similar a Mensajes Directos de Instagram), y el icono de tu perfil. Un poco más arriba, encontramos la descripción del vídeo, con sus particulares *hashtags*, etiquetas que suelen utilizarse para generar tráfico digital, y que difieren en cada vídeo (o pueden no incluirse).

Figura 4: Barra de herramientas inferior de TikTok



Fuente: @lu\_madeline vía TikTok

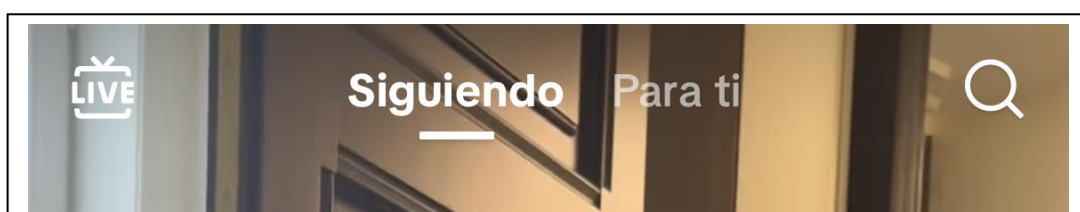
Figura 5: Descripción de un vídeo de TikTok



Fuente: @don\_alexiz vía TikTok

Por último, en la parte superior de la pantalla, encontramos otra división fundamental. Por un lado, la etiqueta “Siguiendo” únicamente muestra contenido creado por usuarios a los que se sigue. Por otro lado, “Para ti” aporta una selección de vídeos diseñados para cada usuario basándose en sus gustos y preferencias de consumo, a través de un algoritmo que ha resultado fundamental en su crecimiento (al cual nos referiremos más adelante) (Yang, 2020). En la parte superior izquierda, un icono con forma de televisión permite acceder a vídeos en directo de creadores (similar al ya casi desaparecido Periscope), y, en la parte derecha, la clásica “lupa” de búsqueda de contenido.

Figura 6: Barra de herramientas superior de TikTok



Fuente: @rosalia vía TikTok

La navegación por la *app* es realmente sencilla, pues está basada en el movimiento de deslizar la pantalla: si deslizas de abajo a arriba, pasas al próximo vídeo que te ofrece la plataforma. Si, por el contrario, deseas volver al contenido anterior, debes hacer el movimiento inverso. Con estos movimientos, aparece enseguida un nuevo vídeo de TikTok que está listo para reemplazar al actual. Esto marca ya el carácter efímero de la plataforma (Schellewald, 2021).

### **2.2.2. La clave: el algoritmo**

Como hemos mencionado en líneas anteriores, algo que es claramente definitorio de esta red social es su algoritmo. Es decir, cómo está construido el sistema de recomendación y presentación de vídeos es fundamental para entender el crecimiento de la plataforma. El algoritmo de TikTok se basa en ofrecer al usuario los vídeos que pueden interesarles, y lo lleva a cabo a tiempo real (Wang, 2021). Esto es, a grandes rasgos, el material del cual está compuesta la sección “para ti” de la que hemos hablado anteriormente. La selección de estos vídeos se basa en múltiples aspectos de la red social y el consumidor.

Principalmente, depende de las interacciones de este último: el contenido que ha subido a la plataforma, los vídeos a los que ha indicado que “le gustan”, contenido que comparta con otros usuarios dentro y fuera de la plataforma, perfiles a los que siga (además de aparecer en la pantalla “siguiendo”) o comentarios que publique. Por otro lado, la información de los vídeos que se publiquen marca el posicionamiento de estos: el uso de hashtags, música de fondo, filtros... Asimismo, existen toda una serie de indicadores, clasificados en “fuertes” y “débiles” que condicionan la posición del contenido en los “para ti” del resto de usuarios: un indicador fuerte, por ejemplo, sería que un usuario vea un vídeo completo (favoreciendo su aparición en las páginas de otros consumidores), mientras que un indicador débil correspondería a coincidencias geográficas (si el creador y el usuario viven en el mismo país, por ejemplo. Es decir, el indicador fuerte pesa más sobre el débil en ciertas situaciones. De este modo, cuanto más tiempo pases dentro de la aplicación, mayor beneficio generará a TikTok, por lo que la selección de contenido afín a los gustos del usuario es, ante todo, una estrategia comercial (González, 2022).

Este algoritmo justifica algunas de las razones de su éxito, y su utilidad comienza nada más ingresas en la plataforma por primera vez, puesto que, pese a no haber empezado a deslizar aún, te mostrará vídeos basados en tus propios datos de registro, o en datos

demográficos. A raíz de ahí, y de los movimientos de cada usuario, se irán filtrando los intereses en base a los indicadores fuertes y débiles mencionados anteriormente. En cuestión de aproximadamente una hora ya ha sido capaz de generar un perfil de consumidor lo suficientemente preciso para “retenerle” en la plataforma. Esto causa que muchos usuarios generen adicción a la plataforma, incrementando un fenómeno conocido como “madriguera de conejo”: la incapacidad de uno de escapar de su propio algoritmo (al contrario, cada vez se hunde más en él). Esto es, hasta cierto punto, realmente preocupante, pues puede mostrar videos con conductas melancólicas o depresivas a alguien que simplemente esté interesado en contenido sobre salud mental (González, 2022).

### **2.2.3. Otros métodos de éxito**

Otra de las razones que marca el éxito de TikTok es su estrategia de difusión del vídeo corto que tanto caracteriza a la red social. Esta estrategia se basa, según Shiyu Wang, en varias subestrategias, entre las que encontramos la difusión de fragmentación, de impacto, de la producción estable y continua y de Big Data. En esta primera, debido a la gran cantidad de información y noticias a nuestro alcance en la sociedad actual, la transmisión de dicha información se percibe como dispersa, fragmentada. Frente a esto, TikTok (a través del vídeo corto) permite una mejor utilización y aprovechamiento del tiempo, acelerando la velocidad de difusión (Wang, 2021).

En el caso de la segunda (la difusión de impacto), la estrategia reside en que el contenido de la plataforma se caracteriza por la exageración del impacto de su información. En relación con los medios tradicionales, mientras que estos precisan de mayor tiempo para explicar las causas, consecuencias y momentos decisivos de un hecho, los vídeos cortos de TikTok suelen omitir las dos primeras para centrar su información en los acontecimientos impactantes o más significativos, lo que potencia el interés del usuario y su deseo de conocer más (Wang, 2021).

La estrategia de la producción estable y continua, por su parte, se basa en la actualización constante del contenido de la red social, que se encuentra activa todo el tiempo, lo que permite una base de “fans” estable que no abandona la plataforma. Por último, destaca la estrategia de difusión de Big Data (relacionada con el algoritmo anteriormente mencionado, que aprovecha las nuevas tecnologías para afinar de manera realmente precisa el contenido que decide mostrar al consumidor, basándose en

información como su contenido de búsqueda o la frecuencia de visualización (Wang, 2021).

Además del éxito recibido por parte de “usuarios pasivos”, TikTok también ofrece amplias características que atraen a potenciales creadores de contenido a la plataforma. En primer lugar, la rapidez de difusión que hemos mencionado resulta muy atractiva para alguien que desee darse a conocer rápidamente: por ejemplo, el *feed* de la *app* permite ser visto por usuarios que no te siguen, multiplicando las potenciales interacciones. Por otro lado, ofrece gran cantidad de alternativas a la hora de crear contenido: permite “subirse” rápidamente a las modas, pues la red social favorece el uso de *trends* o retos virales. El uso de *stickers* o filtros visuales o la gran cantidad de formatos de vídeo (en vivo, vídeos cortos de menos de un minuto, vídeos largos) o el estilo de estos (potenciación del vídeo en vertical, que hace más fácil aprovechar el uso del móvil, frente a *apps* como Twitter, que apuestan por el vídeo en horizontal, en decadencia por el uso de estos dispositivos) son otras de las razones que justifican el continuo crecimiento del éxito de TikTok (Huang, 2021).

#### **2.2.4. Referentes en TikTok: generales e informativos**

Más allá de todo lo sorprendente que pueda resultar sus posibilidades creativas, es innegable que parte del éxito de TikTok reside en los propios creadores que actúan como referentes de los usuarios de la plataforma. Por ello, resulta conveniente detenerse para hacer un visionado general de algunos de estos creadores.

La cuenta de TikTok con más seguidores, a día 6 de abril de 2023, es el *influencer* italiano Khaby Lame (@khaby.lame), con más de 155 millones. Su cuenta está fundamentalmente dedicada a la comedia, siendo realmente populares sus vídeos reaccionando sarcásticamente a contenido vergonzoso o ridículo. Una de las características de sus vídeos es el poco uso (o nulo) de diálogos, basando su comedia en la música y en la imagen. Esta “comedia muda” permite ser entendida por usuarios de todo el planeta sin necesidad de hablar su idioma, y puede ser una de las principales razones por las que se sitúa en el puesto más alto del ranking. En el segundo lugar, nos encontramos a Charli D’Amelio (@charlidamelio), una jovencísima *tiktoker* de 18 años que alcanzó una popularidad inmensa gracias a sus vídeos virales sobre baile, permitiéndole ser la primera persona en alcanzar los diez mil millones de *likes* en la *app*: actualmente cuenta con más de 150 millones de seguidores. Por último, el tercer puesto lo ocupa la filipina-estadounidense Bella Poarch (@bellapoarch). Cantante,

influencer y ex miembro del ejército, con más de 92 millones de seguidores y un perfil con un estilo más natural y diverso, con referencias al baile, comedia, música... (Ruiz, 2023)

Entre estos tres gigantes, ya podemos encontrar los principales puntos en común del éxito en TikTok: la música, el baile y la comedia. Temas que, debido a su popularidad, han ido incluyéndose en todo tipo de contenido de la plataforma.

Figura 7: Khaby Lane

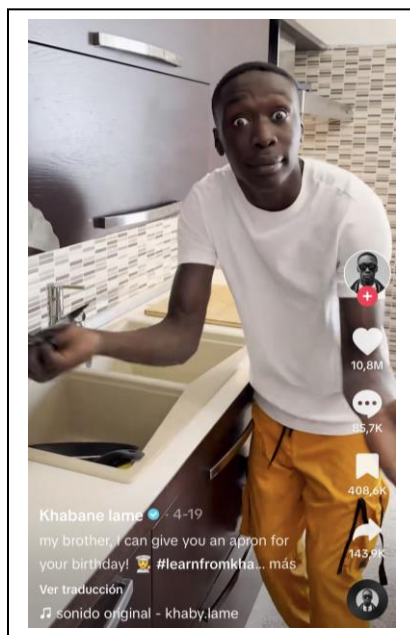


Figura 8: Charli d'Amelio

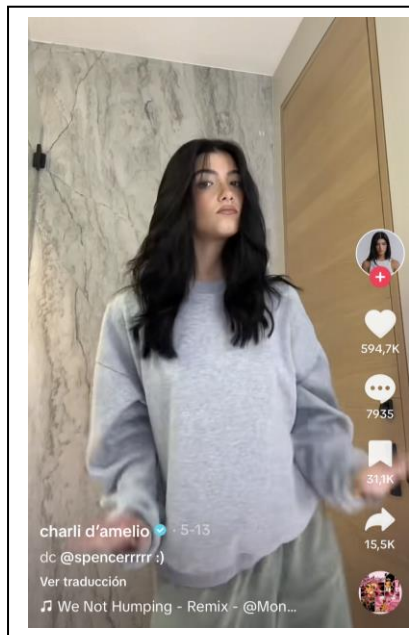
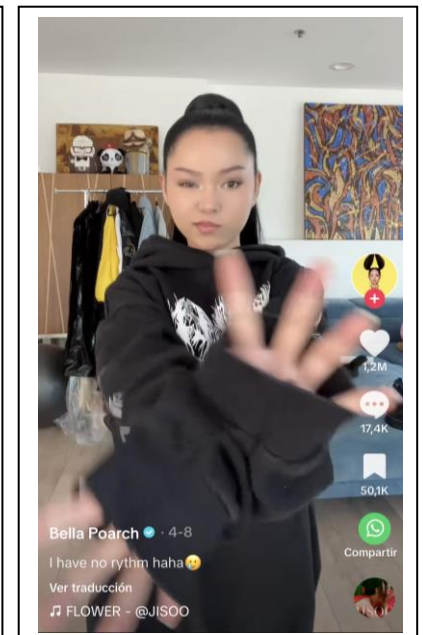


Figura 9: Bella Poarch



Fuente: @khaby.lane, @charlidamelio y @bellapoarch vía TikTok

Pero, más allá de los *influencers per se*, también existen varios medios de comunicación que han conseguido sobresalir en la *app*, forjándose una auténtica legión de seguidores, y actuando como referentes informativos dentro y fuera de ella. Como norma general, los medios de comunicación con mayor número de seguidores son aquellos pertenecientes a países con un mayor número de habitantes. Por ejemplo, destaca el caso de Estados Unidos, con NowThis (el medio de comunicación más seguido del país en TikTok), basado en noticias cortas e impactantes, con una tendencia progresista y más de 6 millones de seguidores. Por otro lado, en Europa, el ranking lo lidera el Daily Mail de Reino Unido, un popular y clásico periódico británico, con 4,6 millones de seguidores (Ruiz, 2022).

Un caso realmente impactante es el que sucede en nuestro país. El medio de comunicación más seguido no es realmente tradicional o consolidado. Su nombre es

Ac2ality, y está conformado por cuatro amigas (Daniela, Gabriela, Paula y María) que se dedican diariamente a hacer de “intermediarias” entre los usuarios de TikTok y las principales novedades informativas del día. Su estilo es muy reconocible, basándose en vídeos cortos y muy visuales, con la cara de una de las integrantes del medio en primera plana explicando el hecho noticioso mientras aparecen al fondo las imágenes que ilustran el acontecimiento. Sin embargo, es reseñable mencionar que, realmente, ninguna de ellas tiene formación profesional como periodista (algo que también nos ofrece una pista sobre los medios que triunfan hoy en día en la plataforma). En abril de 2023, ya van por los 4,3 millones de seguidores (Romero, 2021).

La mezcla entre la fama y prestigio de los medios tradicionales y la frescura e innovación otorgados por los nuevos creadores conforma un ecosistema informativo en la plataforma donde existen infinidad de opciones para consumir noticias cortas, reportajes, crónicas, críticas... En resumen, se ha configurado todo un nuevo mundo digital que los comunicadores están continuamente tratando de aprovechar.

A la vez que se produjo la entrada de nuevos informadores, también se comenzó a observar a TikTok en el entorno académico. Debido a su novedad y amplia popularidad, era cuestión de tiempo que dentro de la investigación académica se apuntara a TikTok y sus diversas funciones o posibilidades como objeto de análisis y estudio. Dentro de Google Académico, el motor de búsqueda de Google relacionado con la investigación y los documentos científico-académicos, la palabra clave “tiktok” cuenta con unos 126.000 resultados, siendo unos 9.980 de ellos pertenecientes a páginas en español. Algunos de los principales resultados que se muestran sobre la plataforma están, en gran medida, relacionados con la pandemia de la COVID-19. Entre ellos, algunos documentos como *TikTok: La aplicación favorita durante el aislamiento* tratan los usos más frecuentes de la *app* por parte de los jóvenes. También, otros investigadores se proponen analizar las diferentes tendencias surgidas en la aplicación durante la pandemia, o cómo se ha “propagado” digitalmente el contenido de entretenimiento a lo largo de este periodo. Precisamente, las nuevas generaciones centran gran parte de los estudios sobre TikTok: el futuro de la escuela y el uso de TikTok como método educativo, el fenómeno “booktok” para difundir la cultura literaria entre los jóvenes, el uso de esta *app* por parte de nativos digitales, el uso de TikTok en la educación secundaria o cómo impactar en las nuevas generaciones son algunos de los ejemplos temáticos más paradigmáticos.

Por otro lado (y de manera más cercana al sujeto de análisis en este trabajo) también sobresale el estudio de la red social en relación con la desinformación o los diferentes hechos noticiosos. Por nombrar algunos objetos de estudio, destaca la verificación de la información en TikTok (estrategia utilizada para combatir las *fake news* en la plataforma), la comunicación política de diversas líneas ideológicas a través de ella y la construcción del liderazgo político, el uso de la *app* como medio de comunicación, la divulgación cultural a través de perfiles como el del Museo del Prado, la comunicación corporativa de empresas europeas o americanas, entre muchos otros. Por otro lado, también existen documentos académicos dedicados a la aplicación como tal, tratando temas como el futuro de esta red social, análisis del usuario medio de la plataforma, las claves de su éxito, etc. Ciertamente, podemos afirmar que la mayor parte de los contenidos académicos sobre TikTok que aparecen con mayor regularidad pueden agruparse dentro de estas tres grandes esferas: en relación con las generaciones jóvenes, con los contenidos informativos (periodísticos, políticos, empresariales...) o teniendo a la propia aplicación como objeto de análisis.

### **3. El conflicto Rusia-Ucrania: Causas, hechos y cobertura**

A lo largo de este tercer epígrafe, voy a realizar un análisis riguroso e histórico de la Guerra de Ucrania, ya que, como hemos mencionado en la introducción, me centraré en un evento de interés informativo internacional, algo presente en el objetivo de investigación a desarrollar. Para ello, atenderé a sus principales actores y hechos, profundizando en las relaciones que unen y separan a ambos países, las causas más cercanas y los acontecimientos más significativos. Además, mostraré cómo ha sido el tipo de cobertura mediática hacia esta guerra por parte de los principales agentes de comunicación.

#### **3.1 Rusia y Ucrania: una relación milenaria**

##### **3.1.1 El Rus de Kiev y el origen de los territorios eslavos**

La tortuosa relación entre Rusia y Ucrania no puede entenderse si no ahondamos en el origen mismo de ambas naciones, tan unido y separado por la geografía común, por lo que es inevitable remontarnos varios siglos atrás en el tiempo si pretendemos que este análisis sea fructífero.

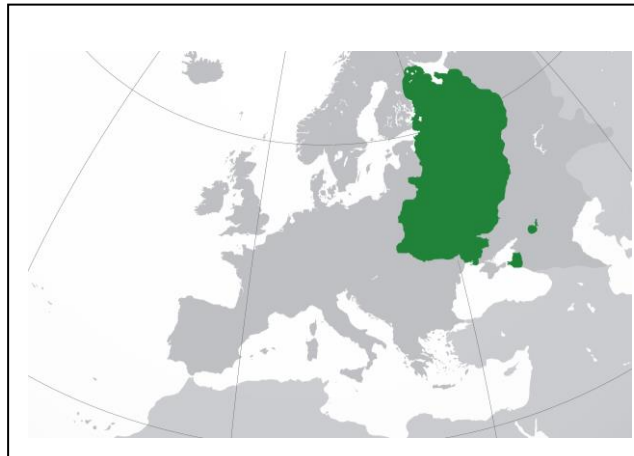
El principal origen aceptado por la historia sobre ambos estados tiene lugar alrededor del siglo IX, tiempo en el que se fundó el Estado o Rus de Kiev -este último era el nombre con el que los pueblos eslavos de la región denominaban a las poblaciones escandinavas o vikingas (Cartechini, 2023)-, que ha sido interpretado de diferente manera en función de si lo hacemos desde la óptica rusa o ucraniana. Para esta primera, se trata del primer ejemplo de Estado ruso de la historia, y es aceptada por gran parte de los historiadores (Paraschnuck, 2018).

Este Estado se fundó sobre dos núcleos de población principales: las ciudades de Nóvgorod (autónoma y dedicada al comercio con Escandinavia) y Kiev (religiosa, cultural e influida por el Imperio Bizantino al sur). El surgimiento de diferentes

principados y la independización de territorios como Nóvgorod provocaron un debilitamiento de Kiev como Estado principal eslavo. Entre las consecuencias de estas escisiones encontramos la creación de dos principados especialmente relevantes.

En primer lugar, el Principado de Vladimir-Suzdal, considerado por los rusos como cuna de su nacionalidad e idioma. Por otro lado, el Principado de Galitzia-Volinia, aceptado como inicio de la cultura ucraniana. La división de estas provocaba que ambas tuvieran influencias diferentes que forjaron su idiosincrasia. En cualquier caso, el componente homogeneizador más importante en ambos fue la religión, concretamente el cristianismo ortodoxo, acentuado aún más tras el cisma con la Iglesia Católica en el siglo XI (Zabala, 2022).

Figura 10: Rus de Kiev en 1054



Fuente: Vitaliyf261 vía Wikipedia

Si bien la historiografía rusa considera que esta primera Rus era de origen puramente ruso, los historiadores ucranianos niegan dicha afirmación y establecen que fue del pueblo ucraniano del que, posteriormente, surgiría esa identidad. La visión de que el origen de la cultura rusa se encuentra fuera de su actual territorio genera, como es de esperar, frustración entre sus dirigentes y habitantes (de una manera similar a la región de Palestina-Israel como origen del cristianismo y que provocó las conocidas cruzadas medievales), al tiempo que el pueblo ucraniano se erige como primero y origen de las naciones eslavas, por lo que la historia lejana supone un aliciente para las diferencias entre ambas naciones (Paraschnuck, 2018).

En torno al 1240, en un contexto de conflicto civil y conquista entre los diferentes principados, el territorio fue invadido por el Imperio Mongol, estableciendo su dominio

sobre las regiones con diferente éxito. La penetración de los mongoles fue mayor en Vladimir-Suzdal que en Galitzia-Volinia, cuya lejanía propició una mayor resistencia al invasor, hasta que fueron nuevamente absorbidos por Polonia en 1340, dotándoles de un carácter más occidental, pero respetando sus principios religiosos y tradiciones. Al menos hasta la llamada Unión de Brest, en 1596, en la cual el idioma polaco y la religión católica pasaron a dominar dentro de la nobleza, provocando un mayor sentido de pertenencia de dicho territorio hacia Occidente (Paraschnuck, 2018).

Por su parte, Vladimir-Suzdal se integró en un ambiente económico con las tribus mongolas y finesas, y, políticamente, incorporaron la estructura imperial de los mongoles, pasando a formar parte de una nueva civilización que surgiría en torno al río Volga. Con un suelo pobre y clima extremo, se vieron más forzados a la reunión en comunidades para obtener mayores beneficios, forjando ya una mentalidad propia y diferenciada de la de sus vecinos (Granados, 2007). Ya hacia el siglo XVII, Polonia quiso asaltar Moscú durante 1605 y 1610, llegándola a sitiar en 1618, provocando así un primer choque de la proto-Rusia con las ideas y la cultura occidental (por aquel entonces, acababa de comenzar la dinastía Romanov).

### **3.1.2 Polonia e Imperio Zarista: una división de intereses**

La presencia polaca (más preciso, de la Mancomunidad de Polonia-Lituania) dentro de Galitzia-Volinia no fue vista con buenos ojos por toda la población del lugar, a causa de la presión por los altos impuestos, el deseo de imponer el catolicismo y los deleznable trabajos ofrecidos (Granados, 2007).

En 1648, el campesinado se levantó, comandado por el cosaco Bogdán Jmelnitski, en contra de la nobleza polaca. Con ello, se formó el Hetmanato (que duraría hasta 1775), un nuevo Estado independiente que, tras su escisión, continuó recibiendo ataques por parte de Polonia, por lo que se vieron obligados a pedir asilo bajo el paraguas del Imperio Zarista Ruso, con gran territorio por aquel entonces (Zabala, 2022). En 1654, con el llamado Acuerdo de Pereiaslav, se integraron dentro del territorio ruso, en parte debido al interés de la Iglesia Ortodoxa por mantener su posición frente al avance del catolicismo tras la Unión de Brest (Granados, 2007).

Tras los continuos conflictos de intereses entre las naciones polaca y rusa, en 1686 se acordó, con la firma del Tratado de la “Paz Eterna”, que las ciudades de Smolensk, Kiev, Zaporizhia, Chernígov y territorios de alrededores pasarían a formar parte del

Zarato Ruso, mientras que la región occidental de Ucrania quedaría bajo el dominio de la Mancomunidad de Polonia-Lituania. Desde entonces, la dinastía Romanov comenzó a llevar a cabo un proceso de “rusificación” del territorio que controlaban, promulgando en 1720 un decreto de prohibición del idioma ucraniano en escritos teológicos, al tiempo que se potenciaba la difusión de la lengua rusa por medio del sistema educativo del imperio y se controlaba el avance del idioma ucraniano. A ello se sumó la emigración masiva y forzada de ciudadanos ucranianos hacia regiones del Imperio Zarista como Siberia o la ciudad de San Petersburgo (Zabala, 2022). Estos movimientos tuvieron gran éxito y fueron un aliciente para la asimilación del pueblo de Ucrania como parte del Imperio Ruso.

Polonia acabó por disolverse a finales del siglo XVIII, siendo repartida entre los imperios Zarista y Austrohúngaro. En este último, no hubo un proceso de asimilación cultural tan grande, y las regiones ucranianas fuera del Hetmanato que pasaron a formar parte de él se vieron favorecidas por varias medidas sociales como la abolición de los siervos y el respeto a la Iglesia griega católica, muy expandida por las reformas en educación. Con ello, la región de Galitzia (que ahora era parte de dicho imperio) empezó a forjar una identidad propia como pueblo ucraniano, aumentada con las revoluciones del siglo XIX. Con ello, ya se había formado una auténtica nación ideológica ucraniana en la región (Granados, 2007).

Mención aparte requiere la península de Crimea, que fue anexionada por los rusos en 1783 bajo el gobierno de Catalina II, habiendo formado previamente parte del Imperio Otomano. Una anexión que fue inestable desde sus comienzos, por la negativa de los habitantes de la región a convertirse al cristianismo, seguida de varias revueltas sociales. Se optó, finalmente, por una “rusificación” similar a la mencionada previamente en el territorio ucraniano del Hetmanato, siendo muy efectiva a corto plazo. Junto a esto, también se formó toda una creencia hacia Crimea como lugar sagrado, pues se consideró como la región en la que el pueblo ruso (hacia el 988) comenzó su conversión hacia el cristianismo ortodoxo. Crimea fue testigo de varias guerras por su dominio territorial durante el siglo XIX. Fundamentalmente, la conocida como Guerra de Crimea, que enfrentaba al Imperio Ruso contra los Otomanos y sus aliados (Gran Bretaña y Francia, principalmente, a causa de intereses coloniales), también es vista por los historiadores nacionalistas rusos como un primer indicador de “rusofobia” de Occidente hacia dicho país. La derrota de Rusia en la guerra provocó un

gran sentimiento de humillación para el pueblo ruso y un mayor resentimiento hacia Occidente, a pesar de no suponer una gran pérdida territorial (Granados, 2007).

### **3.1.1 Siglo XX: Guerra, comunismo e independencia**

Durante los primeros años del siglo XX, la historia de Rusia y Ucrania dio un giro de 180 grados. Tras la Revolución Rusa y el fin de la Primera Guerra Mundial, Ucrania se declaró como independiente en 1918. Por poco tiempo, pues dos años después fue absorbida por la Unión Soviética, pasando a denominarse República Socialista Soviética de Ucrania. Fue durante este período cuando vio más mermada su identidad (Paraschnuck, 2018).

Bajo la tutela de Lenin, se implementó una política de promoción de lenguas y culturas de la nación, así como de formación de cuadros dirigentes locales, para olvidar resentimientos pasados y reemplazar a la vieja élite del imperio. Al menos, esto duró durante la década de los veinte, pues la llegada de Stalin en la década posterior llevó a un desmesurado uso de la violencia, muy padecida por la población ucraniana. Entre las purgas y hechos más trágicos, destaca el Holodomor ucraniano, un genocidio que acabó con millones de ciudadanos de Ucrania. En consecuencia, se estableció un espíritu de imperialismo ruso hacia el resto de las naciones satélites soviéticas, llevando a cabo una rusificación muy agresiva a través de la imposición de su alfabeto e idioma por todas ellas, seguido de un revisionismo interesado de la historia de dichas naciones. Esta campaña se intensificó a causa de la Segunda Guerra Mundial. Por ejemplo, los grandes dirigentes eran de nacionalidad rusa (Zabala, 2022).

Durante la guerra, se terminó conquistando y unificando el resto de las regiones restantes del territorio ucraniano, provocando así una evidente fractura cultural. El terror estalinista continuó hasta su muerte, haciendo que, incluso, proliferaran ideas ultranacionalistas en el país. Bajo el mando de Krushev, se produjo un relajamiento de las medidas, y Crimea fue cedida a Ucrania en 1954. De manera progresiva, Ucrania fue teniendo más peso en la política rusa, y varios intelectuales del país reflexionaron acerca de la obtención de mayores derechos culturales y nacionales. Incluso, dirigentes nacionales como Pedro Chelest movieron los hilos a favor de una mayor identidad nacional (difusión de libros en su idioma natal, uso de dirigentes de nacionalidad ucraniana...). A partir de aquel entonces, el nacionalismo ucraniano fue desarrollándose y enfrentándose a la realidad pro-rusa, que incluía la destrucción de edificios

emblemáticos del país y la conversión de Ucrania en una potencia nuclear (con el desastre que provocó la fuga de la central de Chernóbil) (Paraschnuck, 2018).

Finalmente, Ucrania acabó alcanzando su independencia definitiva el 24 de agosto de 1991, favorecida por las políticas aperturistas del por entonces líder soviético Mijaíl Gorbachov y la “Revolución de los Historiadores”, que pretendía revisionar la historiografía rusa. El presidente de Ucrania en aquel momento, Leonid Kravchuk, convocó un referéndum de autodeterminación con una victoria del independentismo de más del 90%. A partir de la disolución de la URSS, este proceso de rusificación se produjo en orden contrario, y tanto Ucrania como otras naciones volvieron a recuperar e impulsar sus tradiciones culturales pre-soviéticas (Zabala, 2022). Resulta destacable mencionar que Ucrania firmó el llamado Memorando de Budapest en 1994, en relación del Tratado de No Proliferación de las Armas Nucleares, por el que se garantizaban su seguridad contra ataques a su integridad territorial. Acuerdo que fue firmado por Rusia, que aceptó la integridad territorial del país, así como su soberanía. También, firmó un acuerdo de amistad con dicho país en 1997, para reforzar vínculos entre ambos (Paraschnuck, 2018). Sin embargo, a lo largo de las dos primeras décadas del siglo XXI, las tensiones volverán a hacerse presentes, hasta estallar en la guerra a la que hacemos referencia a lo largo de este trabajo.

### **3.2 La guerra de Ucrania (2022-2023): origen, causas y desarrollo.**

#### **3.2.1 Orígenes en el siglo XXI: La Revolución Naranja**

La tumultuosa relación entre ambas naciones, como hemos observado, se ha venido arrastrando hasta el presente siglo, donde se han dado la mayor parte de causas directas que explican la invasión rusa a Ucrania en 2022.

Dentro del siglo XXI, ha habido dos procesos clave que explican el origen de esta guerra. El primero de ellos lo encontramos en la llamada “Revolución Naranja”, a finales de 2004. Todo comenzó con la victoria del ex primer ministro ucraniano Viktor Yanukovich en las elecciones de noviembre de 2004. El candidato perdedor, Viktor Yuschenko, denunció lo que consideraba que había sido fraude electoral. A raíz de ello, un numeroso grupo de simpatizantes de Yuschenko ataviados de naranja (en

representación de su bloque político) empezaron a llenar la Plaza de la Independencia de Kiev, montando masivas manifestaciones e impidiendo el acceso a edificios del gobierno durante casi dos semanas. La revolución terminó con la declaración de las elecciones como nulas por parte del Tribunal Supremo, pasando a celebrarse otras en diciembre, que fueron vencidas por Yushchenko. Si bien Yanukovich, decidió denunciar esta vez irregularidades en los procesos electorales, Yulia Timoshenko, figura clave en la revolución fue nombrada primera ministra, aunque abandonaría el cargo menos de un año después (Dorado, 2020).

Este nuevo gobierno estableció una política de enfrentamiento a Rusia, y de acercamiento a los países de la UE y la OTAN (Paraschnuck, 2018). Autores como Gutiérrez del Cid consideran que dicha revolución existió por apoyo de Washington, para facilitar una reestructuración económica del país. Pero el clima de tensión no finalizó aquel año, pues, en las posteriores elecciones de 2006 (en las que venció Yanukovich), Timoshenko fue condenada a siete años de cárcel y tres de inhabilitación por abuso de poder (Dorado, 2020).

### **3.2.2 Causas clave: anexión de Crimea y Guerra del Dombás**

El segundo evento clave que rompió los lazos entre ambos países fue la guerra de 2014. Al no ser competencia directa de este trabajo, la expondremos brevemente. Cabe destacar, primero, que Ucrania es un país extremadamente valioso para Rusia, debido a su posición geoestratégica como enclave entre Rusia y la Unión Europea, la presencia de amplios gasoductos en sus tierras, su extensa producción de cereal y la dependencia de la “madre patria” de su producción aeronáutica y militar. Es decir, el potencial ucraniano concentra no solo aspectos económicos, sino también político-culturales (con la Rus de Kiev ya mencionada) y geográficos. Rusia es consciente de ello y, en consecuencia, se encuentra en un proceso de ampliación de su área de influencia hacia ella y el resto de expotencias soviéticas (Paraschnuck, 2018).

A finales de 2013, la UE propuso la firma del Acuerdo de Asociación Oriental, (AAO) que permitiría acercar posturas entre varios países de Europa del Este (entre ellos Ucrania) y la Unión Europea, pero fue rechazado por Yanukovich poco antes del encuentro. Sin embargo, con motivo de la crisis que azotó el país posteriormente, Yanukovich (a pesar de ser más cercano a Moscú), comenzó a negociar para elaborar el acuerdo. A causa de ello, Rusia trató de disuadir al presidente ucraniano, prohibiendo

ciertas importaciones y amenazando con presiones políticas y económicas. La Federación Rusa, por su parte, llevaba tiempo tratando de establecer un espacio común económico entre ambas naciones para aumentar su influencia, por lo que ambos proyectos geopolíticos acabaron chocando (Gutiérrez del Cid, 2017).

La conflictividad de la situación dio lugar a una serie de protestas a favor de la “europeización” del país (la “revolución del Maidán”) que fueron aumentando de tensión y violencia, siendo contestadas con represiones y medidas legislativas restrictivas por parte del gobierno ucraniano. Aun con ello, Yanukovich firmó un tratado económico con Putin, intensificando las reacciones, que pedían la dimisión del gobierno y ciertos cambios legislativos. Finalmente, esto se resolvió con la huida del por entonces presidente del país a Rusia, haciendo que se convocaran nuevas elecciones bajo un gobierno de coalición el 25 de mayo de aquel 2014. Esta tensión aumentó en la zona de la península de Crimea, donde, aprovechando el cambio de administración, se llevó a cabo un referéndum sobre el estatus político del lugar. La zona, mayormente rusoparlante, pasó a formar parte de la Federación el 18 de marzo (Dorado, 2020).

La anexión de Crimea fue muy mal vista por el resto del territorio ucraniano, que consideró como ilegal, al no existir ningún observador internacional en el proceso. El resultado fue de 95,5% de apoyo a Rusia. La respuesta internacional no tardó en llegar, orquestando sanciones a empresas e individuos rusos (BBC News Mundo, 2022).

La acción de Rusia fue contundente: una contestación militar en el este del país, en las regiones de la zona del Dombás (las provincias de Donetsk y Lugansk, pertenecientes al este del país). En abril de aquel año, prorrusos tomaron las sedes de la administración regional en ciudades de la zona (Donetsk, Jarkov...), desembocando un mes después en una autoproclamación de independencia de las regiones de Donetsk y Lugansk, que pedían una anexión a Rusia con otro referéndum sin observadores internacionales. Las nuevas elecciones se saldaron con la victoria de Petro Poroshenko, quien basó su política en el acercamiento de Ucrania hacia occidente y la OTAN. Sucesos como el del derribo del avión de Malaysian Airlines en Donetsk (cuya investigación determinó que se produjo por un misil del Ejército ruso) acrecentaron aún más el clima de violencia en la zona. En esta situación, meses después, entrará en vigor el Acuerdo de Asociación con la UE anteriormente mencionado (Serrano, 2022).

Con una administración prorrusa no reconocida por Ucrania y enfrentamientos militares en las fronteras entre ambas naciones, fueron pasando los años, hasta que, en 2019,

volvió a ascender la escalada de tensión. Con la victoria de Volodímir Zelenski en Ucrania, las naciones eslavas comenzaron a negociar sobre el Dombás en la Cumbre de París y fijaron calendarios para alcanzar la paz. Al año siguiente, en Lugansk, se reconoce en el Parlamento al ruso como única lengua oficial del territorio. Y, nuevamente, otro año después, volvió a resurgir el conflicto con sendas acusaciones de movilización de tropas en la frontera. En abril, militares y marina rusos se trasladaron a las zonas fronterizas. Mientras la OTAN y otras organizaciones exigían la devolución de Crimea a Ucrania, la UE amenazaba al régimen de Putin de ser sancionado si existía una hipotética invasión del país vecino. Finalmente, en enero de 2022, se reportaron ciberataques masivos en Ucrania, y la Armada Rusa anunció ejercicios a gran escala en todo el territorio nacional, movilizando a cientos de buques y miles de soldados (Serrano, 2022).

### **3.2.3 La guerra de Ucrania: inicio y desarrollo**

Como hemos mostrado en el apartado anterior, esta situación conflictiva se mantenía constante a lo largo de los años, con una mayor o menor tensión en las zonas afectadas. Sin embargo, fue a principios de 2022 cuando esta alcanzó su punto máximo. El 24 de febrero, Rusia abandonó toda perspectiva diplomática posible ante sus movilizaciones militares, para orquestar el que sería el primer plan de su operación militar, que Putin calificó de “defensa propia”, pretendiendo acabar (según las perspectivas rusas) con una “amenaza a la soberanía de Rusia” que representaba el pueblo ucraniano. Además, el presidente ruso acusó a los líderes del país de “extremistas nacionales” y “neonazis”, apuntando también frontalmente contra la OTAN, por brindarles apoyo (El Confidencial, 2022).

La operación de Putin consistía en lograr la invasión de Ucrania a través de tres ejes: norte, este y sur. En el norte, el avance de las tropas rusas buscaba a la capital ucraniana, con el objetivo de amenazarla y provocar un colapso del gobierno de Kiev. Desde el frente del este, la formación conocida como RLF, una combinación de fuerzas rusas junto con milicias locales) avanzaron en dirección a Jarkov, para conquistar así las provincias prorrusas de Donetsk y Lugansk, y parte de la provincia homónima. Por el sur, desde Crimea, la ofensiva rusa apuntaba a las provincias de Jersón y Zaporíyia para lograr el control de la presa de Nova Kakhovka y conectar las zonas del Dombás y Crimea a través de un corredor (Charte, Martín, 2023).

La respuesta de Occidente no se hizo esperar, y, junto a la condena de la invasión, los veintisiete países de la Unión Europea lanzaron una andanada de sanciones contra Rusia, tan solo un día después. En ella, se prohibió la entrada a la Unión de los 351 parlamentarios rusos que votaron por el reconocimiento de independencia de las regiones del Dombás y el envío de tropas al lugar, además de a 27 altos cargos, militares y entidades de relevancia para el Kremlin. Entre ellos, se vieron afectados diversos bancos del país. Junto a esto, se produjo la prohibición de comercio con Donetsk y Lugansk y se limitó la capacidad de Rusia de financiarse con fondos europeos. También, comenzó a evaluarse la revisión del gasoducto que conectaba al país con Alemania, mostrando así cómo Europa aún era dependiente del gas ruso (Martínez, 2022).

Esta sería la primera de diez rondas de sanciones que dañarían gravemente la economía rusa. Precisamente, un día más tarde de esa primera medida, se incluyó a Vladimir Putin y a Serguéi Lavrov (ministro de exteriores ruso) en la lista de sancionados, junto con más miembros del parlamento, y el jefe del estado mayor de las fuerzas armadas. Aquí, comenzaron las sanciones energéticas, restringiendo la exportación de bienes tecnológicos para refinerías, así como piezas de aeronaves en el sector del transporte (Martínez, 2022).

El 25 de febrero, comenzó el asedio a Kiev (Kyiv), que se convertiría en el gran objetivo a batir por parte de Rusia, a través de explosiones de gran intensidad y ataques a infraestructuras civiles. Por entonces, ya se reportaban, al menos, 137 víctimas mortales. Para el día siguiente, las tropas del norte alcanzan la capital ucraniana, que vuelve a ser víctima de ataques rusos. Y lo continuará siendo en los días próximos, en los que las tropas rusas continúan con su ofensiva, pese a no avanzar demasiado rápido. Esto obligó a decretar el toque de queda en Kiev, así como el intento de huida del país de casi 400.000 refugiados (fundamentalmente mujeres y niños, pues se prohibió abandonar la nación a hombres entre 18 y 60 años), que se dirigieron a países como Polonia (fundamentalmente), Eslovaquia, Hungría, Rumanía o Moldavia. El último día del mes, acontecieron disparos en Járkov (la segunda ciudad por población) (Zarra, Llaneras, Grasso, 2022).

También en estos días, se llevó a cabo la tercera ronda de sanciones a Rusia, con el objetivo de anular la propaganda del régimen de Putin. Por ello, se suspendieron las actividades de medios de comunicación como Sputnik o Russia Today en la Unión Europea, así como la exclusión de bancos rusos del sistema de comunicación de pagos

Swift y la prohibición de transacciones con el Banco Central de Rusia. A esto se sumaron prohibiciones en aviación. La cuarta ronda llegaría el 15 de marzo, con restricciones al hierro, acero, productos de lujo... junto al aumento de personas en la lista de sancionados, como el dueño del Chelsea Football Club, Roman Abramovich (Martínez, 2022).

Durante este mes, las tropas ucranianas consiguieron mermar el avance ruso, e incluso lo retrotrajeron por el norte del país. El ejército de Putin fracasó en su intento de toma de la capital ucraniana, pasando así a centrar la mayor parte de sus fuerzas en apoderarse del Dombás (Ellerbeck, 2023). Por estas fechas, la ciudad costera de Mariúpol es el principal objetivo ruso, que lleva cercándola semanas, con ataques extremadamente mediáticos (por ejemplo, a un hospital de maternidad o a un teatro). A causa de esto, numerosos ciudadanos huyen a través de un corredor humanitario a Zaporíyia (Mir, 2022).

Los últimos reductos de resistencia ucraniana en la ciudad, que permanecían en una fábrica de acero, acabarán evacuando el 17 de mayo, pese a que el gobierno ruso anunciara su victoria sobre la población casi un mes antes (González, 2022).

La guerra continuará su curso, y, ya durante el verano, Rusia anunció el control total de la región de Lugansk tras la caída de la ciudad de Lysychansk, el último gran municipio ucraniano en la región (Arciniegas, 2022).

Tras un período estival repleto de enfrentamientos, continuó la recuperación de ciudades del este por parte del ejército ucraniano. A finales de septiembre, Putin anunció referéndums en varias zonas conquistadas, pero fueron calificados de ilegales por Occidente. En ellos, se terminó declarando la anexión a Rusia. Ya en octubre, el día 8, se produjo una gran explosión en el puente que unía Crimea con el resto del territorio ruso, realmente simbólica por el significado nacionalista que poseía la infraestructura para la Federación (Plazas, 2022). A lo largo de los primeros días del mes, Ucrania logrará su mayor avance en el frente sur desde el comienzo de la guerra, hasta el punto de recuperar la ciudad de Jersón, que había sido conquistada por las tropas de Putin (Charte, Martín, 2023).

Tras un falso ataque de misil ruso (que acabó siendo un error ucraniano) sobre suelo polaco, el mes de noviembre continuó con los ya habituales enfrentamientos cruzados, teniendo Ucrania que hacer frente a múltiples ataques de misiles de crucero rusos. Por su parte, el último mes del año comenzó con una ofensiva ucraniana para recuperar la ciudad de Melitopol (en Zaporíyia), aunque sigue estando, a mayo de 2023, ocupada por

tropas rusas. Además, en diciembre, Putin se mostró dispuesto a dialogar con Ucrania, algo a lo que se negó su homólogo Zelenski. El año terminó tras varios ataques a aeródromos rusos, por parte de los ucranianos y a la ciudad de Jersón, por el lado ruso. También, con casi 8 millones de personas en situación de refugiados y una cifra similar como desplazados internos. Por el lado de Rusia, las consecuencias de las sanciones lastraron en gran medida su economía, afectando al precio de combustibles o a la calidad de vida de los ciudadanos europeos. A esto se suma la dificultad de exportar grano ucraniano (de gran importancia para la economía europea) (Plazas, 2022).

La quinta sanción europea supuso un enorme veto al carbón ruso, y la sexta aumentaba las desconexiones bancarias y periodísticas, continuaba el bloqueo al comercio ruso, y aumentaba la lista de sancionados (Martínez, 2022). En cuanto a la séptima, incluía medidas restrictivas con el objetivo de endurecer las sanciones económicas existente, figurando, entre otras, prohibición a joyas rusas o productos de doble uso, aumentando nuevamente la lista de sancionados. En la octava ronda, además del aumento habitual de la lista, se restringieron, entre otros, ciertos artículos que podían contribuir a la mejora militar y tecnológica de Rusia. Un noveno paquete de sanciones prohibía inversiones en el sector minero, la exportación de motores de drones, así como prestar servicios de publicidad, investigación de mercados y encuestas de opinión pública (Consejo Europeo, 2023). La guerra, por entonces, no mostraba signos de finalizar pronto.

El año 2023 comenzó con algunos de los primeros avances rusos en el campo de batalla desde hacía meses. Por ejemplo, con la captura de la ciudad de Soledar, en la zona oriental de Donetsk. La atención, desde entonces, se ha ido fijando en la ciudad de Bajmut, punto estratégico de la zona del Dombás.

El 25 de febrero, la UE llevó a cabo el último (hasta el mes de mayo) paquete de sanciones en respuesta a la invasión rusa, prohibiendo ciertas exportaciones de tecnología crítica y bienes industriales, el suministro de capacidad de almacenamiento de gas a Rusia, así como la suspensión de ciertas licencias periodísticas (Consejo Europeo, 2023). La guerra continúa con un ligero estancamiento.

Unos meses después, el 20 de mayo, el jefe de los Wagner (grupo paramilitar ruso) aseguraba haber tomado la tan ansiada ciudad de Bajmut al completo. En las semanas anteriores, venía siendo objeto de sitio y rodeo por parte de las tropas rusas, que, desde principios de año, se habían fijado en ella como máxima prioridad. Algo que negarían las autoridades ucranianas inmediatamente, aunque la viceministra de Defensa, Hanna

Malyar, afirmara que “la situación es crítica”. A día 21 de mayo de 2023, la guerra entre Rusia y Ucrania pervive, con la toma completa de Bajmut y el avance en las regiones del Dombás como máximos aspectos para tener en cuenta en un futuro.

### **3.3 La guerra de Ucrania en los medios**

La guerra en Ucrania ha sido, hasta el momento, la primera guerra occidental en la que la globalización ha tenido un papel realmente importante. Y, con ella, los medios de comunicación (ahora con una mayor extensión e influencia que nunca) han sido la punta de lanza para trasladar la información del frente al resto del planeta en cuestión de segundos. Periódicos tradicionales, radios, televisiones y medios de comunicación digitales conforman un ecosistema mucho más complejo, permitiendo la proliferación de información, pero también de desinformación.

En primer lugar, es obvio que prácticamente la totalidad de medios de comunicación del planeta han informado acerca de esta crisis política, independientemente de su línea ideológica. Y una gran parte de sus profesionales han dedicado su labor a cubrir el acontecimiento en el mismo foco del conflicto. Han llevado a cabo diversos artículos de opinión, mapas e infografías para aclarar las posiciones bélicas e ilustrarlas, reportajes fotográficos con la guerra como punto de partida... También, medios de cobertura nacional de España. No en vano, la Asociación de Medios Independientes premió en diciembre de 2022 a 58 periodistas nacionales, de grupos como Vocento, Prensa Ibérica, PRISA... que viajaron a Ucrania para dar voz e imágenes a la realidad del enfrentamiento (El País, 2022).

Durante la guerra ruso-ucraniana, la comunicación periodística se ha servido de nuevas herramientas para garantizar la verdad y veracidad de lo expuesto. En una realidad plagada de *fake news*, la tecnología ha permitido la difusión de imágenes satelitales, que han resultado clave, pues se trata de recursos informativos fiables cuya verificación es muy rápida. En España, por otro lado, la mayoría de los medios (tanto públicos como privados) han creado sistemas de verificación de hechos, permitiendo así que se detenga la circulación de noticias falsas (Pérez, 2022). Los medios más importantes de los países occidentales se posicionaron del lado ucraniano, habiéndolo demostrado con emisiones o conciertos para recaudar fondos, así como por medio de expresiones simbólicas: el 4 de marzo de 2022, por ejemplo, una iniciativa de la Unión Europea de Radiofusión

congregó a 160 radios de todo el continente para transmitir simultáneamente *Give Peace a Chance*, de John Lennon (Corral, 2022).

Por parte de los medios rusos, la mayoría están directa o indirectamente controlados por el Kremlin. Esto ha causado la censura de términos como “guerra” o “invasión” por parte de periodistas del régimen, sustituyéndolos por otros como “operación militar”. También, se vetan las imágenes directas del conflicto, y se habla continuamente de la “desnazificación” del país vecino, para justificar así la invasión rusa. De hecho, Rusia ha desarrollado una gran capacidad en la red para generar falsas noticias en el exterior. Antes del cierre de medios como Russia Today, el contenido de estos periodistas era aprovechado por “trolls” que creaban narrativas confusas y opiniones favorables a la Federación. Por otro lado, en el país de Putin, se respondió prohibiendo el acceso a redes como Twitter y Facebook, para evitar noticias desfavorables. Y, en relación con esto, el Kremlin aprobó una ley que preveía 15 años de cárcel por difundir información que considerasen falsa, causando que medios de comunicación como RTVE dejaran de informar desde aquel país (Pérez, 2022).

Para aquellos medios digitales censurados, se están creando numerosos “espejos” que permitan acceder a dicha información. También, se ha popularizado el uso de VPNs, o Redes Privadas Virtuales (que permiten conectarse a diferentes dispositivos de todo el mundo y evitar el bloqueo). Asimismo, decenas de medios de comunicación han dejado de operar en el país, como *The New York Times*, *BBC*, *Discovery*, entre otros (Corral, 2022).

Pero, como hemos mencionado, el hecho que marca un antes y un después en la comunicación de eventos bélicos es el extenso uso de las redes sociales, que han convertido a los ciudadanos en “prosumidores”, sumándose a los periodistas o comunicadores que ya se encontraban en territorio conflictivo, y permitiendo que el “ojo” internacional sea testigo de hechos inmediatos y realmente cercanos hasta un punto nunca visto: su vida cotidiana en las ciudades cercanas, el presentimiento del avance del ejército ruso, los entresijos de la realidad ucraniana... (Pérez, 2022). Además de Twitter o Instagram, TikTok ha sido la gran red social de cobertura informativa del conflicto, que ha afianzado el crecimiento que venía cosechando desde hacía años. Por ello, en el próximo epígrafe, analizaremos varios de los eventos informativos del conflicto para comprender cómo los comunicadores han utilizado esta red social en su labor periodística y, al mismo tiempo, entender mejor la narrativa y herramientas informativas que caracterizan a este tipo de producción digital.

## 4. Análisis del contenido en TikTok

### 4.1 Metodología

En este apartado, realizaremos un análisis de contenido de cuarenta vídeos de TikTok pertenecientes a cuatro medios de cuatro países diferentes, con el objetivo de encontrar rasgos comunes que podamos extrapolar, así como características que nos permitan identificar cómo son los vídeos informativos que se realizan en esta plataforma acerca de la Guerra de Ucrania y, más generalmente, sobre acontecimientos informativos en nuestra sociedad. Este análisis nos dará claves sobre la tipología informativa de los vídeos de TikTok y, específicamente, aquellos que cubren conflictos de relevancia global, como la Guerra de Ucrania.

Para alcanzar este objetivo, hemos decidido seleccionar cuatro países de relevancia internacional, como son España (el cual, además, cobra especial importancia por proximidad), Francia, Reino Unido y Estados Unidos. De ellos, hemos seleccionado al medio de comunicación con mayor número de seguidores en cada uno: Ac2ality (España), Brut., (Francia), Daily Mail (Reino Unido) y NowThis (Estados Unidos). Asimismo, hemos repartido los cuarenta vídeos entre ellos, dando lugar a diez por medio de comunicación.

El criterio que hemos establecido a la hora de seleccionar qué vídeos analizar ha sido basado en el número de visualizaciones. De este modo, describiremos en profundidad los diez vídeos con más visualizaciones de cada medio relativos a la Guerra de Ucrania, para dar constancia, también, de lo más viral de la *app*. Sin embargo, omitiremos aquellos cuyo contenido no esté relacionado directamente con ella o cualquiera de sus actores. Es decir, no incluimos aquellos vídeos que se traten, únicamente, de declaraciones de personalidades famosas sobre el conflicto fuera de un ámbito pertinente, por ejemplo. Tampoco, aquellos vídeos que nombren brevemente a Ucrania o la guerra en una recopilación de varias noticias de otros ámbitos.

Los vídeos serán analizados en base a cinco categorías, a partir de las cuales se plantearán preguntas que podrán (si incumbe) ser respondidas en el análisis de cada vídeo. Las categorías de análisis son las siguientes:

- **Tipología periodística:** ¿Se puede identificar algún tipo de género periodístico? ¿Cuánto dura el vídeo? ¿Qué tipo de lenguaje periodístico se utiliza? ¿Cita fuentes si es información ajena? ¿Cita las imágenes o los vídeos? ¿Cómo comienza (gancho informativo) y finaliza el vídeo?
- **Imagen:** ¿Utiliza imágenes de recurso y, si es así, de qué tipo (violentas, anodinas, etc.)? ¿En qué formato se han grabado (vertical, horizontal)? ¿Existe presencia visual del periodista (cómo se comunica a través de su aspecto y movimientos)? ¿Utiliza vídeos, fotografías u otros elementos visuales?
- **Sonido:** ¿Utiliza voz en off para narrar? ¿Hay uso de música? ¿Existen efectos de sonido? ¿Emplea instrumentos de recogida de sonido (micrófono, etc.)?
- **Tipografía:** ¿Qué estilo de tipografía utiliza? ¿Cuál es el fin de la elección tipográfica? ¿Cuánto tiempo aparece la imagen tipográfica y con qué tamaño? ¿Cómo es la “miniatura” del vídeo?
- **Uso digital:** ¿Qué “hashtags” y descripción utiliza? ¿Qué acciones permite el vídeo (si en el menú permite su difusión por redes, comentar hacer dúos, guardarlo, etc.)? ¿Emplea herramientas como los dúos o responde a comentarios?

## 4.2 Análisis en profundidad

### 4.2.1 España: Ac2ality

El medio de comunicación español más popular en TikTok es, sorprendentemente, joven y nativo digital. Como hemos mostrado con anterioridad en este trabajo (ver apartado 2.2.4), Ac2ality, un medio formado por cuatro amigas españolas dedicado a resumir a una audiencia masiva las noticias de los medios tradicionales, y ha conseguido situarse en lo más alto del paradigma mediático español en TikTok, al menos en lo que a seguidores se refiere (supera los cuatro millones).

El vídeo con más visitas de su perfil relacionado con este conflicto bélico es, de hecho, el tercero más visto de su cuenta (unos 17 millones de visualizaciones). Fue publicado el 24 de febrero de 2022, el día que comenzó oficialmente la guerra entre Rusia y Ucrania.

Figura 11: fotograma del inicio del vídeo, en el que aparece en primer plano la comunicadora con gesto serio



Fuente: Ac2ality vía TikTok

El tipo de contenido periodístico que ofrece es una noticia corta, que habla acerca del estallido del conflicto bélico. El vídeo dura 51 segundos, y resume los principales acontecimientos producidos el primer día, utilizando un lenguaje accesible para el público general, sin utilizar tecnicismos de ningún tipo. La noticia proviene del diario MARCA, al cual han citado en la descripción del vídeo, sin mostrar enlaces directos. Las imágenes que aparecen en el vídeo, por su parte, no han sido citadas explícitamente en el mismo ni las ilustraciones en las que se muestran, por ejemplo, dibujos de tanques; ni las fotografías de Putin, Zelenski o Biden. El vídeo comienza con una frase

contundente que resume todo el contenido del vídeo: “Empieza la guerra en Ucrania”, siendo lo suficientemente fuerte como para impactar por sí sola.

Respecto a la imagen, encontramos el uso de fotografías para mostrar a los presidentes europeos, así como ilustraciones de *stock* a modo de complemento visual y narrativo. Por otro lado, utilizan capturas de mapas extraídos de Google Maps, así como un fondo gris empleado para superponer imágenes y citas. También, destaca el uso de *gifs* para señalar, por ejemplo, las explosiones. El formato del vídeo es enteramente vertical, y destaca una gran presencia visual de la comunicadora al comienzo de este, que utiliza gestos serios en su cara para mostrar la crudeza de la información.

En cuanto al sonido, destaca el uso de la voz en off durante toda la noticia, incluso cuando la comunicadora está presente en pantalla. Además, se utiliza la canción *War Hammer* de Noise Candy Music durante todo el vídeo, para dotar a la información de emocionalidad. No aparecen efectos de sonido percibibles ni instrumentos de recogida de sonido a la vista, aunque la buena calidad del audio lo confirme.

Figura 12: Fotograma del vídeo que muestra el uso de una fotografía y tipografía negra para transcribir las palabras de Putin



Fuente: Ac2ality vía TikTok

La tipografía empleada es neutra, sin serifa, de color negro (acorde al mensaje), y es empleada a la hora de transcribir las palabras de los líderes o para complementar cierta

información. La miniatura utilizada en este vídeo, y en el resto de las noticias de Ac2ality en las que aparezca la informadora al comienzo, será la imagen de ella, junto con un “bocadillo” verde en el que aparecerá el titular de la noticia. Por último, respecto al uso digital, emplea hashtags como #explicamelofacil, #aprendecontiktok, #noticiastiktok o #noticiasfaciles, que son utilizados de manera genérica en la mayoría de los vídeos del perfil. Junto a ellos, usa otras etiquetas específicas como #putin, #rusia, #ucrania o #guerra, cortos y muy descriptivos del hecho narrado. No permite el uso de dúos, pero sí ser difundido, guardado, y comentado. Como añadido, se cita el perfil personal de TikTok de la comunicadora (que variará correspondiendo con quién narre la información). [Ver.](#)

El segundo vídeo por número de visualizaciones (9,8 millones) corresponde a una grabación de un soldado ruso que es cuidado y alimentado por ciudadanos ucranianos.

Figura 13: fotograma del vídeo que muestra el metraje captado acerca del soldado ruso



Fuente: Ac2ality vía TikTok

En cuanto a su tipología periodística, podríamos categorizarlo como “total” o “vídeo de ambiente”, ya que el soldado aparece comiendo y bebiendo, pero no realiza

declaraciones explícitas a cámara. El vídeo dura tan solo 13 segundos, y no cita al autor original de las imágenes (el corresponsal Christopher Miller), como sí lo hacen otros medios en TikTok, como Clarín. El vídeo no posee un gancho informativo como tal, ya que el acontecimiento no está narrado, sino que la propia naturaleza del suceso impacta. Visualmente, emplea únicamente el vídeo ambiente (en vertical) del periodista mencionado, sin existir presencia visual del comunicador. En cuanto al sonido, no existe voz en off, ni música añadida o efectos de sonido. El sonido, aparentemente, está recogido por la propia cámara, pues no aparecen micrófonos explícitamente.

La tipografía empleada es sin serifa, similar a la tipografía por defecto de la plataforma, de color blanco para resaltar entre las imágenes. El lenguaje empleado en la tipografía es muy breve y coloquial, incluyendo algún error lingüístico (como es el uso conjunto de los tres puntos y la abreviatura “etc.”). En cuanto al uso digital, no utiliza ningún tipo de hashtags, pero sí permite dúos, comentarios y ser compartido (TikTok). [Ver.](#)

El tercer vídeo por destacar cuenta con 9,6 millones de visualizaciones, y corresponde a una noticia corta, de unos 54 segundos, que habla acerca de la declaración de ciberguerra del grupo anónimo de hackers Anonymous a Rusia.

Figura 14: fotograma del vídeo donde aparece la informadora señalando una fotografía



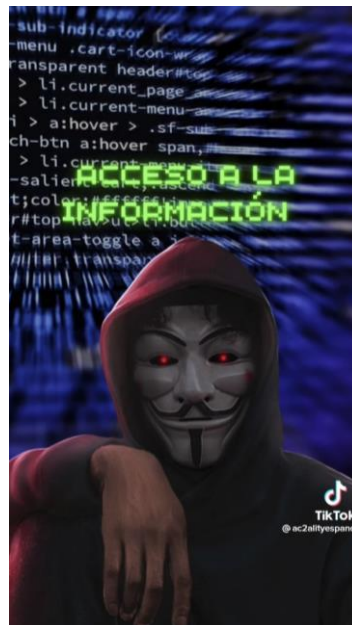
Fuente: Ac2ality vía TikTok

En ella, emplean un lenguaje coloquial, que se ejemplifica por el uso de expresiones como “nadie tiene ni idea de quienes son” para referirse a la incógnita sobre la identidad

de la organización, o conectores propios del lenguaje oral o informal como “pues bien...”. La noticia es referenciada en la descripción del vídeo (pertenece también al diario MARCA), pero, nuevamente, no aparece ninguna referencia respecto de las imágenes y vídeos mostrados (excepto las capturas de pantalla o vídeo de plataformas como Twitter o TikTok, donde se aprecia explícitamente). El gancho informativo, por su parte, recae nuevamente en una frase corta y contundente: “Anonymous declara la ciberguerra a Rusia”.

En cuanto a las características de imagen (en vertical), utiliza fotografías y vídeos con un tono cromático oscuro: fotografías de Anonymous, imágenes ilustrativas o de stock, vídeos de la organización, capturas de tuits y vídeos de TikTok. La presencia de la comunicadora existe, como en el primer vídeo, al comienzo de este, pero no vuelve a aparecer. Su gesto es serio, pero no compungido. Utiliza la gesticulación y la mímica para ejercer complicidad con la audiencia (por ejemplo, mueve la cabeza hacia arriba y abajo en un gesto de confirmación, o señala la fotografía de un miembro de Anonymous con el dedo). Respecto al sonido, emplea nuevamente la canción *War Hammer*, que complementa a la narración en off de la comunicadora. No se escuchan efectos de sonido.

Figura 15: fotograma que ejemplifica el uso de tipografía verde brillante y tono oscuro.



Fuente: Ac2ality vía TikTok

La tipografía empleada, de un brillante color verde (emulando las bases de datos de un hacker), posee una forma pixelada que ejemplifica la temática cibernética del vídeo. Se usa para ilustrar mejor la información y fijar los conceptos principales. En cuanto al uso digital, además de las etiquetas generales, emplea otras específicas como #anonymous o #ucrania. El vídeo no permite realizar dúos, pero sí compartirlo, comentarlo o guardarlo. [Ver.](#)

El cuarto vídeo sobre la guerra con más visualizaciones es el correspondiente a una información acerca del séptimo día del conflicto.

Figura 16: Fotograma del vídeo donde aparece la comunicadora señalando a Putin.



Fuente: Ac2ality vía TikTok

La tipología periodística se podría enmarcar dentro de una noticia con tintes de crónica, pues narra los hechos que han ido sucediendo a lo largo del día. Dura 51 segundos y acumula 6,6 millones de visualizaciones. El lenguaje empleado es accesible para la audiencia, pero no emplea recursos demasiado coloquiales. La fuente, citada en la descripción, proviene de la BBC. Las imágenes, nuevamente, no han sido referenciadas en el vídeo. El gancho informativo se basa en introducir lo que la audiencia va a recibir si continúa visualizando el contenido. De este modo, se atrae la atención al proponer una información que pueda interesar al receptor: “Así ha ido el séptimo día de guerra”.

Respecto al apartado visual, en formato vertical, destaca el empleo de fotografías, ilustraciones, *gifs* y *emojis* (que amenizan el contenido y agilizan el peso narrativo). También, ciertas imágenes se disponen a modo de *collage*, haciendo más atractiva y comprensible la información. La presencia visual de la informadora se da, nuevamente, al comienzo, a través del uso de la característica gestualidad. Destaca el empleo de la voz en off y la música de *War Hammer*.

Figura 17: Captura de pantalla de la aplicación que muestra el uso de hashtags en la descripción del vídeo.

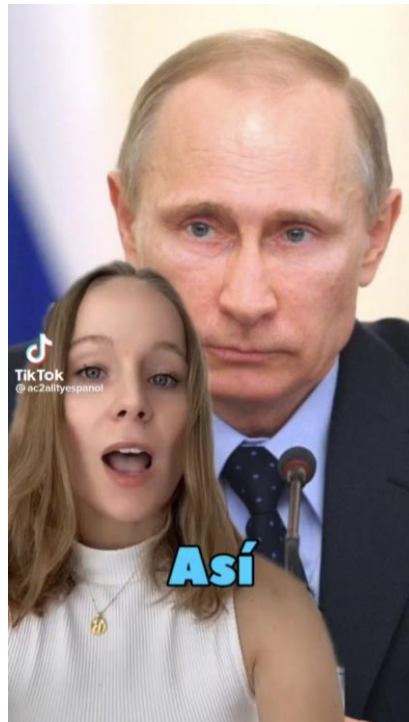


Fuente: Ac2ality vía TikTok

En cuanto a la tipografía usada, esta se adapta a las características visuales del contenido. Por ejemplo, utilizan una letra que imita la caligrafía manual al mostrar el *collage* de imágenes con el que ilustran los acontecimientos, simulando un corcho de una oficina. En usos digitales, encontramos etiquetas generales y específicas, como *#rusia*, *#ucrania* o *#greenscreen* (el nombre que recibe el filtro de TikTok que permite al usuario “posicionarse” delante de una imagen, como es el caso del tipo de entradillas que realiza Ac2ality). No permite realizar dúos, pero sí comentar y compartirlo. [Ver](#).

El quinto vídeo por analizar corresponde a la respuesta del presidente ruso por la destrucción del puente de Crimea.

Figura 18: Fotograma del inicio del vídeo en el que aparece la presencia visual de la informadora sobre una fotografía de Putin.



Fuente: Ac2ality vía TikTok

Se trata de un formato de noticia, con una duración de 43 segundos, en la que se emplea un lenguaje comprensible, pero con dosis de coloquialismo. Por ejemplo, se teatraliza la contestación de Putin: “¿Ah sí? Pues os vais a enterar”. Las fuentes audiovisuales, nuevamente, no son citadas, pero sí las informativas (CNN y El Mundo). El gancho informativo supone, otra vez, una invitación al receptor a quedarse en el contenido: “Así está siendo la venganza de Putin”.

Visualmente, destaca el uso de vídeos y fotografías de recurso, tanto de los destrozos del puente y los bombardeos, como de los presidentes ruso y estadounidense. A diferencia de los vídeos anteriores, en este caso, la presencia de la comunicadora es más clara, pues permanece durante prácticamente todo el vídeo (excepto cuando se presentan colas de vídeos de, por ejemplo, el puente ardiendo). Se emplean cortes empalmando sus declaraciones, para que estas ganen en ritmo. La propia informadora es quien narra directamente al espectador la información, y emplea ciertas “libertades” del lenguaje informal (como el uso de los dedos índice y corazón para gesticular unas comillas).

Figura 19: Fotograma en el que aparece la grabación de la destrucción del puente de Crimea.



Fuente: Ac2ality vía TikTok

En los aspectos sonoros, las propias declaraciones de la comunicadora se complementan con música dramática, pero sin efectos de sonido ni de ambiente de los vídeos mostrados. Respecto a la tipografía, esta aparece de color azul al comienzo del vídeo para llamar la atención, y su aparición y desaparición coincide con la narración de la informadora. Para los usos digitales, se usan hashtgs generales y específicos (#putin o #ucrania). Permite el uso de dúos, comentarios o la posibilidad de compartirlo. [Ver.](#)

Pasando al sexto vídeo de Ac2ality, encontramos un testimonio de 23 segundos de una chica ucraniana en formato de vídeo ambiente vertical.

Figura 20: Fotograma que muestra la sorpresa de la chica, con la tipografía empleada para subtítular sus declaraciones y titular lo ocurrido.

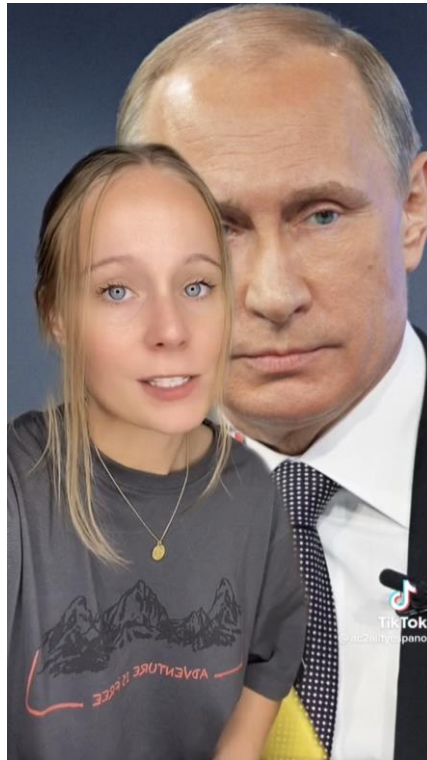


Fuente: Ac2ality vía TikTok

Este muestra cómo la joven reacciona con miedo ante la caída de un misil ruso. En él, no se cita la fuente de las imágenes grabadas. El gancho informativo proviene del impacto del acontecimiento y los propios hechos ilustrados en él. En lo audiovisual, se emplea la imagen diegética al hecho, sin presencia de ningún informador del medio de comunicación. Son imágenes impactantes, e incluso violentas, psicológicamente hablando. El sonido es, también, diegético, captando las declaraciones de la protagonista. No hay ningún tipo de música ni efectos de sonido. La tipografía, negra sobre un fondo blanco, se emplea a modo de subtítulo de las declaraciones de la joven, traducidas al castellano. También, otro texto blanco sobre marrón hace las veces de titular de la información al principio. La miniatura del vídeo es simplemente un fotograma del comienzo de este. En el uso digital, no emplea ningún tipo de hashtag (la descripción solo incluye el titular: “Una chica ucraniana graba como cae un misil ruso” y un *emoji*, que complementa el texto y lo dramatiza). Permite tanto dúos como comentarios, y la posibilidad de compartirlo. [Ver](#).

El séptimo vídeo, con una duración de 49 segundos, se trata de una noticia clásica que habla acerca del corte de suministro del gas ruso a Europa.

Figura 21: Fotograma del comienzo del vídeo que muestra a la comunicadora en primer plano, con una fotografía de Putin detrás.



Fuente: Ac2ality vía TikTok

En él, se utiliza un lenguaje informal, con expresiones coloquiales (“está hasta las narices”) e incluso vulgares (utiliza en varias ocasiones el verbo “joder” para referirse a “molestar”). Cita las fuentes informativas (El Mundo) pero no las audiovisuales. El gancho informativo del vídeo consiste en el titular de la información: “Rusia corta el gas a Europa de manera indefinida”. Visualmente, emplea fotografías e imágenes de recurso ligeramente anodinas, en formato vertical. La presencia de la informadora es prolongada, y se dirige directamente al público narrando la información, y reaccionando a ella con gesticulaciones (como el amago final). Sus movimientos son característicos del lenguaje oral. En el sonido, la voz de la comunicadora (asincrónica con el vídeo) se complementa con una música de tonada característica de los clásicos informativos televisivos. No emplea efectos de sonido.

Figura 22: Fotograma que muestra el uso de imágenes anodinas de fondo.



Fuente: Ac2ality vía TikTok

En el vídeo, no existe tipografía (solamente se muestra en el “bocadillo” de la miniatura). Respecto a los usos digitales, emplea *hashtags* generales y específicos (#rusia, #putin), pero no permite dúos debido a una restricción de derechos de autor a causa del sonido utilizado por el medio. Sí que permite guardar el vídeo y compartirlo. [Ver.](#)

El octavo vídeo por analizar de Ac2ality consiste en una noticia de formato clásico acerca de las amenazas rusas a Lituania por las sanciones emitidas al país, y dura unos 48 segundos.

Figura 23: Fotograma en el que aparece una entrada a cámara de la comunicadora.



Fuente: Ac2ality vía TikTok

El lenguaje es, nuevamente, informal, coloquial (utilización del prefijo “super-“ e incluso vulgar (vuelven a usar la palabra “joder”). Las fuentes informativas, de nuevo, están citadas, pero no las visuales. El gancho del vídeo está relacionado con la atracción de atención del público, pues se deja sin contestar a la pregunta de cuál es el país amenazado por Rusia, hasta que no se avanza en el contenido. Visualmente, se usan, otra vez, mapas, ilustraciones, fotografías y otros elementos significativos. Existe presencia de la informadora (la cual es diferente a la que observábamos en los vídeos anteriores) al principio y al final del vídeo, mostrando así una estructura cíclica en cuanto a sus formas. La comunicadora aparece hablando directamente a cámara.

Figura 24: Fotograma que ejemplifica el uso de lenguaje vulgar.



Fuente: Ac2ality vía TikTok

En cuanto al sonido, destaca el sonido diegético de la narración de la informadora, así como su voz en off cuando se muestran imágenes en pantalla. No hay efectos de sonido, pero sí se emplea la canción *War Hammer*, nuevamente. En la tipografía empleada, destaca el uso de esta para ilustrar regiones geográficas (como Kaliningrado) o complementar los datos expuestos (“1 millón de rusos”), o a modo de complemento que amenice el relato (como el mensaje cómico de “jódete”). La miniatura del vídeo conserva la típica estructura de la informadora y un “bocadillo” a modo de titular. Respecto a los usos digitales, emplea hashtags específicos (incluso, en inglés, como #war), además de los generales. En el menú, se permite realizar dúos, compartir o comentar. [Ver.](#)

El noveno y penúltimo vídeo por analizar dura unos 55 segundos, posee 3,7 millones de visualizaciones y se trata de un formato clásico de noticia con entradilla/titular hablada a cámara (un estilo ya habitual en el tipo de vídeos realizados por Ac2ality). El lenguaje es informal, pero no aparecen elementos vulgares o extremadamente coloquiales.

Figura 25: Fotograma que muestra a la informadora realizando una entradilla a cámara.



Fuente: Ac2ality vía TikTok

Nuevamente, cita la información (RTVE) pero no los elementos visuales. El gancho informativo consiste en mostrar el titular de la información. En los aspectos visuales (en formato vertical, como en todos sus vídeos), emplean mapas, imágenes de recurso, fotografías, *emojis* o *gifs*, así como “memes”, para amenizar la información. La presencia visual de la informadora (Paula Muñoz) se hace evidente al comienzo, para atraer la atención y humanizar la noticia, pero no vuelve a aparecer más adelante. Habla a cámara, y su imagen es compungida. En cuanto al sonido, emplea la voz diegética a cámara, así como la narración en off con las imágenes en cola. No hay efectos de sonido perceptibles.

Figura 26: Fotograma que ejemplifica el uso de “memes”.

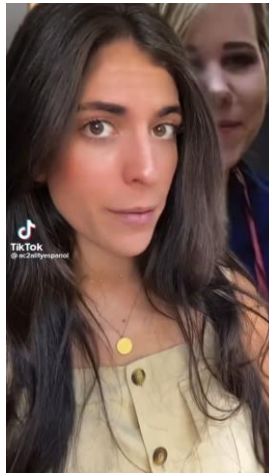


Fuente: Ac2ality vía TikTok

Respecto a la tipografía, utiliza letras blancas básicas en mayúsculas para el titular, acompañadas de *emojis*, así como letras negras sobre fondo amarillo o rojo para señalar localizaciones. Otras tipografías empleadas son las letras negras que se encuentran en los bocadillos explicativos de la información que aparecen a lo largo de la noticia. La miniatura del vídeo sigue el estilo habitual del medio. En cuanto al uso digital, emplea hashtags específicos como #terceraguerramundial?, que puede suscitar comentarios y debate entre otros usuarios, además de otras etiquetas específicas o genéricas. En los comentarios, también, añaden explicación acerca de otros vídeos que han publicado en la cuenta, y que hablan acerca de la guerra explicada desde el lado ruso. El vídeo permite ser compartido y comentado, pero no realizar dúos. [Ver.](#)

El último vídeo de Ac2ality que vamos a comentar es una noticia de formato clásico y entradilla hablada, que cuenta con una duración de 44 segundos, y trata acerca del asesinato de la hija de Aleksandr Dugin, considerado como el teórico de Putin.

Figura 27: Fotograma del comienzo del vídeo, con la comunicadora hablando a cámara.



Fuente: Ac2ality vía TikTok

El lenguaje empleado es informal con tintes coloquiales (utiliza expresiones como “Rusia se cabrea” o el calificativo “tío”). La información, otra vez, es referenciada en la descripción, no así las imágenes empleadas. Visualmente, cuenta con fotografías, imágenes de archivo, mapas y *gifs*, sobre un formato vertical. La presencia visual de la informadora (María Murillo) destaca, como en el caso anterior, al comienzo del vídeo, a modo de entradilla o titular. En cuanto a los apartados visuales, emplea, como en otros casos, fotografías, imágenes de recurso, mapas y *gifs*, sobre un fondo vertical. En los apartados sonoros, una música de banda sonora tematizada sobre guerra acompaña a la voz diegética de la presentadora y la narración en off de las colas. No emplean efectos de sonido.

Figura 28: Fotograma con la fotografía de Duguin en primer plano



Fuente: Ac2ality vía TikTok

Respecto a la tipografía, además de las básicas letras blancas para complementar la información, destaca el uso de letras rojas que aparecen con un efecto visual que simula ser “escupidas” por la boca de Duguin, teatralizando la noticia. La miniatura sigue el estilo clásico. Por último, en cuanto a los usos digitales, emplea etiquetas específicas ya vistas en otros vídeos (#RUSIA, #atentado), además de las clásicas genéricas. El vídeo permite ser compartido, realizar dúos y comentarlo. [Ver.](#)

#### 4.2.2 Francia: Brut.

Dentro de TikTok, el medio de comunicación más popular en Francia es Brut., un medio digital caracterizado por su minimalismo (predomina el color blanco y negro en sus interfaces) y el uso de soportes audiovisuales para lograr una experiencia multimedia. Posee una página web principal ([www.brut.media/fr](http://www.brut.media/fr)), además de cuentas en redes sociales como Twitter, Facebook o YouTube.

El vídeo con más visualizaciones de este medio relacionado con la Guerra cuenta con 8,2 millones de visitas. Sin embargo, al tratarse de un evento puntual sin relación con la misma o cualquiera de sus contendientes (se muestra a una activista ucraniana en el festival de Cannes) lo omitiremos. Más allá de este caso, el primer vídeo a analizar por número de visualizaciones nos lleva al primer día del conflicto.

Figura 29: Fotograma del vídeo de Brut. con las declaraciones de Vladimir Putin.



Fuente: Brut. vía TikTok

En concreto, a unas declaraciones de Vladimir Putin, en las que se justifica la invasión a Ucrania. Se trata de un “total” o testimonio del presidente ruso, que dura 22 segundos, y en el que no aparece citada la fuente del vídeo. No existe gancho informativo relevante, pues la noticia se reduce únicamente a las declaraciones de Putin. El vídeo está en formato vertical, pero puede apreciarse que se trata de un *zoom* de un vídeo originalmente horizontal, por lo que ha sido adaptado al vertical para su uso en la *app*. No existe presencia visual de ningún periodista, pues es únicamente muestra las palabras del presidente. Respecto al sonido, no va acompañado de ninguna música, ni de efectos de sonido, solo muestra el sonido diegético al vídeo. En cuanto a la tipografía, destaca su simplicidad, y únicamente se utiliza para subtítular al francés el contenido del mensaje, apareciendo y desapareciendo según habla. También, sobresale el uso de esta a modo de “marca de agua”, colocando el nombre del medio de comunicación en la esquina superior derecha. La miniatura del vídeo consta de dos elementos: uno, un fotograma destacado del fragmento; otro, un “bocadillo” de letras blancas sobre fondo rojo, con un titular que resume lo que se cuenta en él. Por su parte, en el uso digital, se observa la utilización de hashtags descriptivos del suceso, como #russie o #ukraine. Algunas etiquetas, como #Poutine, se integran dentro del texto de la descripción, sustituyendo la palabra a la que se refieren. Por ejemplo: “Vladimir #Poutine déclare la guerre à l’Ukraine.”. El vídeo permite ser contestado con dúos, comentado y compartido (excepto como “story”, en Instagram o en “estados” de Whatsapp). [Ver.](#)

El segundo vídeo de Brut. que analizaremos dura 38 segundos y, en un formato similar al anterior, incluye únicamente las declaraciones del presidente ucraniano, Volodímir Zelenski. En este caso, tampoco se incluye la fuente original de la información, ni existe gancho informativo. Las imágenes utilizadas están originalmente en formato horizontal, pero han sido adaptadas al formato vertical (puede apreciarse por el uso de “franjas” en la parte superior e inferior para evitar las zonas negras). No existe presencia visual del periodista. En sonido, no hay ni voz en off, ni música, ni efectos de sonido. La tipografía se usa, nuevamente, con un doble propósito: subtítular a Zelenski (e ir apareciendo y desapareciendo con ello) e indicar el nombre del medio de comunicación.

Figura 30: Fotograma en el que aparecen las palabras de Zelenski subtituladas.

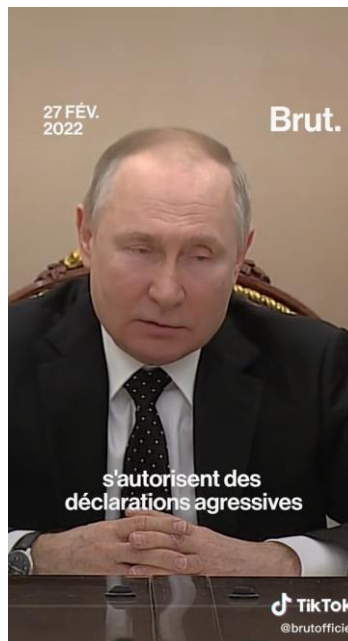


Fuente: Brut. vía TikTok

La miniatura contiene un fotograma del vídeo, junto con un “bocadillo” rojo que resume el acontecimiento. Por último, en cuanto a usos digitales, destaca el empleo de etiquetas para complementar la descripción y dotar de mayor “viralidad” al contenido. Algunas de ellas se colocan, como en el caso anterior, dentro de la frase: “Le président de l’Ukraine #Zelenski continue...”. Nuevamente, el vídeo permite ser compartido, salvo a “estados” de Whatsapp o a Instagram (incluyendo el formato *stories*), así como guardado o compartido. También, puede responderse con dúos. [Ver.](#)

El tercer vídeo con más visualizaciones corresponde a, de nuevo, un testimonio narrado por el presidente Putin el 27 de febrero de 2022. Únicamente, expone las declaraciones del presidente, sin ningún tipo de aditivo. Tampoco cita la fuente de la información o vídeo, ni podemos considerar que exista un gancho informativo. Respecto a la imagen, en formato vertical, encontramos una grabación única, sin presencia visual del periodista. Tampoco se superponen imágenes.

Figura 31: Fotograma en el que se aprecian las declaraciones subtituladas de Putin.



Fuente: Brut. vía TikTok

En cuanto al sonido, no se emplea la voz en off, ni efectos de sonido o música añadida. La tipografía empleada, además de para indicar la fecha de la grabación y el nombre del medio de comunicación, se utiliza como subtítulo traductor de las palabras de Putin. La miniatura, nuevamente, sigue el mismo esquema que las anteriores. Por último, al referirnos a usos digitales, esta vez no se emplea ningún tipo de hashtag o etiqueta. Sin embargo, el vídeo sí puede ser guardado, realizarse un dúo en base a él, o compartirlo (exceptuando las opciones que nombramos en los casos anteriores). [Ver.](#)

El cuarto vídeo de Brut. al cual nos referiremos (de 48 segundos), cambia ligeramente el esquema. Consiste en una serie de “colas” en las que aparecen varias grabaciones tomadas desde Ucrania el primer día de guerra. En este caso, hay fragmentos referenciados (citando al autor de las imágenes, como es el caso de las explosiones nocturnas) y otros sin referenciar (por ejemplo, el primer fragmento que aparece). El gancho informativo se basa, principalmente, en el impacto de las imágenes (al ser extremadamente gráficas), aunque también se incita al espectador a ver el vídeo tipográficamente: “Voici les premières images (aquí las primeras imágenes, *traducción*)”.

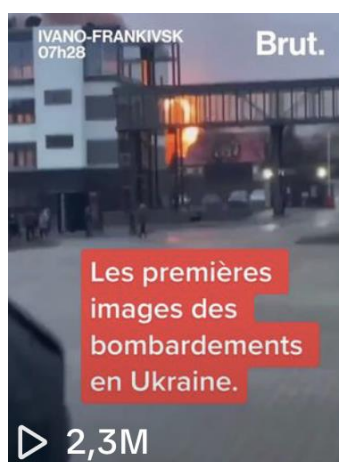
Figura 32: Fotograma donde puede apreciarse el metraje original del vídeo recogido.



Fuente: Brut. vía TikTok

De hecho, en cuanto a lo referente a la imagen, destaca el uso de fragmentos violentos o chocantes para el espectador. No hay presencia del periodista, aunque sí existe aparición sonora de los autores de las imágenes. Así, en lo referente al sonido, este se compone de las grabaciones diegéticas del acontecimiento, y no se acompaña ni con música ni con efectos de sonido. Tampoco se usa la voz en off. Por otro lado, la tipografía se emplea para detallar los lugares y horarios en los cuales sucedieron los acontecimientos mostrados. También, se identifica al autor de las imágenes y al medio de comunicación. Otra tipografía más pequeña y remarcada en negro ofrece un titular de lo acontecido, con incitación a su visualización.

Figura 33: Miniatura del vídeo con el esquema habitual de Brut.



Fuente: Brut. vía TikTok

La miniatura del vídeo sigue el esquema de fotograma y “bocadillo” resumen. Pasando a hablar de los usos digitales, aquí sí vuelve a emplear las etiquetas (#ukraine y #russie). En cuanto al resto de competencias, las posibilidades son las mismas que el resto de los vídeos, con el cambio de que no se puede “pegar” en este caso. [Ver.](#)

Pasando al quinto vídeo por analizar de Brut., volvemos al esquema que veníamos viendo en los casos anteriores. Consiste en una recopilación de testimonios de Zelenski, uno tras otro, sin ser citadas las imágenes. No existe gancho informativo destacable al tratarse únicamente de declaraciones. Dura 55 segundos. Visualmente, utiliza varios vídeos, en formato vertical, empalmados con transiciones a negro entre ellos. No muestra presencia visual del periodista. En sonido, destaca el uso de sonido diegético de la grabación, sin voz en off ni música o efectos sonoros.

Figura 34: Fotograma con el testimonio subtulado y traducido de Volodímir Zelenski.



Fuente: Brut. vía TikTok

El estilo tipográfico es básico, basado en el blanco y negro, limitándose a servir como subtítulos de Zelenski, o a identificar el medio de comunicación y al hablante. La miniatura y su estilo no varían. Por último, en los usos digitales, observamos la utilización de etiquetas como #ukrainewar, así como otros hashtags integrados en la descripción del vídeo. En cuanto a sus funciones, permite ser guardado, realizar dúos, comentarlo y compartirlo (excepto las opciones habitualmente mencionadas). [Ver.](#)

El sexto vídeo que tratar, con una duración de 14 segundos, muestra dos vídeos, uno colocado en la parte superior y otro en la inferior. En ambos, se muestra a un hombre tratando de detener una hilera de vehículos militares. Pretende hacer una comparación entre ellos, estableciendo similitudes. Las imágenes no están citadas, aunque sí aparece el año de realización. Visualmente, los dos vídeos se reproducen a la vez hasta el final.

Figura 35: Fotograma que ejemplifica la comparación entre los dos escenarios.



Fuente: Brut. vía TikTok

El vídeo de arriba pertenece a la Guerra de Ucrania, mientras que el de abajo hace referencia a las revueltas de la Plaza de Tiananmén, de 1989, en China. No hay presencia visual del periodista. Respecto al sonido, no hay voz en off, ni música o efectos de sonido. El sonido es diegético del vídeo superior, mientras que el inferior permanece en silencio. La tipografía, nuevamente, es minimalista, y se utiliza para identificar el año y lugar de ambas imágenes, así como para servir de breve resumen de la información presente en el vídeo. La miniatura, por otro lado, continúa el esquema habitual, con un fotograma y dos “bocadillos” rojos, que indican las fechas y el lugar de lo acontecido. En cuanto al uso digital, aparecen los hashtags #ukraine y #russie, y el vídeo permite realizar las mismas acciones que en el caso anterior. [Ver.](#)

Pasando al séptimo vídeo, encontramos un metraje de solo 15 segundos de duración, en el que podemos observar tomas aéreas de la central de Chernóbil. Se trata de un formato

de noticia muy breve sin narrar. El lenguaje empleado es correcto y no se muestran signos demasiado coloquiales o informales. Cita ligeramente las declaraciones del vídeo (afirma que se trata de la presidencia de Ucrania), pero las imágenes no aparecen referenciadas. No existe gancho informativo a destacar. Las imágenes empleadas son anodinas (simples tomas aéreas) en formato vertical, sin presencia visual del periodista.

Figura 36: Fotograma que muestra imágenes anodinas de la central de Chernóbil.



Fuente: Brut. vía TikTok

Respecto al sonido, encontramos música dramática en todo el metraje. No aparecen voces en off, ni sonido diegético o voz en off. La tipografía, en blanco y negro, incluye el texto en el que se explica lo sucedido, además de, como es costumbre, identificar al medio de comunicación. La miniatura se basa en el primer fotograma del vídeo. Por último, en cuanto al uso digital, se emplean hashtags habituales, algunos introducidos en la propia descripción (como el de “#Tchernobyl”). También, permite guardar el vídeo, compartirlo (excepto a las aplicaciones ya mencionadas) o hacer dúos con él. [Ver.](#)

El octavo vídeo de Brut. que analizaremos dura 34 segundos. En él, observamos un cambio sustancial con los vídeos que veníamos observando anteriormente. Se trata de una noticia acerca de la emisión de una orden de arresto hacia Vladimir Putin por parte de la Corte Penal Internacional (CPI). El lenguaje utilizado es correcto a nivel

periodístico, y cita la fuente principal de la información. Sin embargo, no hace lo propio con las imágenes. El vídeo comienza con el titular de la noticia, sirviendo a modo de gancho informativo. Emplea imágenes de recurso de la CPI y de discursos del presidente ruso, empalmados unos con otros en forma de colas.

Figura 37: Fotograma en el que se emplea la tipografía blanca sobre fondo rojo para subtitular la voz en off del periodista.

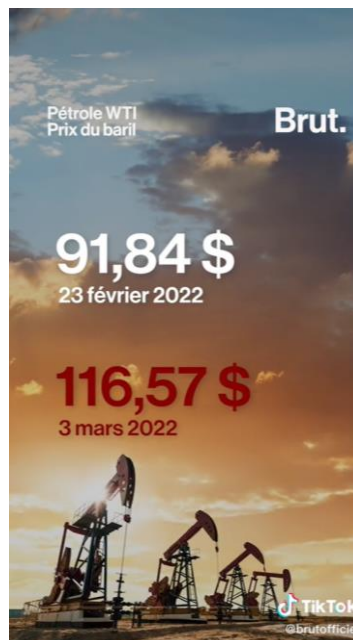


Fuente: Brut. vía TikTok

No existe presencia visual del periodista, pero sí su voz. Emplea la voz en off para narrar lo acontecido, apreciándose una calidad de audio que nos indica que ha sido utilizado un micrófono o instrumento similar. La voz es acompañada de una tonada clásica de informativos, y no existen efectos de sonido apreciables. Por otro lado, respecto a la tipografía, esta cumple varias funciones. Fundamentalmente, subtitula la voz en off del periodista, con ligeras diferencias respecto a lo que realmente dice (ciertas palabras cambian). Por otro lado, también se utilizan letras negras con fondo rojo para llamar la atención al espectador, con el objetivo de que se suscriba al canal de TikTok de Brut. La miniatura incluye un fotograma del vídeo, pero con un “bocadillo” blanco, en lugar del usual rojo. En cuanto a los usos digitales, emplea las etiquetas pertinentes (como “#vladimirpoutine”) y permite ser guardado, comentado o compartido (excepto a los casos habituales en este medio), aunque no deja “pegar” el vídeo o crear un “*sticker*” a partir de él. [Ver.](#)

El noveno y penúltimo vídeo de Brut. al que prestaremos atención corresponde a una noticia clásica acerca de la subida de precio de varios bienes a causa de la guerra (petróleo, gas natural, trigo o maíz, entre otros). Dura 54 segundos, y posee 1,3 millones de visualizaciones. El lenguaje empleado consta de un nivel de corrección periodística adecuado, sin utilización de expresiones demasiado coloquiales o vulgares. Se apoya mucho en el uso de datos que refuerzan lo expuesto. Sin embargo, ni las imágenes ni los datos mostrados son citados.

Figura 38: Fotograma en el que se emplea la tipografía blanca y roja para ilustrar el cambio en los precios de los bienes.



Fuente: Brut. vía TikTok

El vídeo comienza con el titular de la información, que incita al espectador a continuar viendo el contenido al no desvelar lo que muestra. En imagen, emplea vídeos de recurso anodinos en formato vertical. No existe presencia visual del periodista, pero sí aparece su voz en off. Además, se escucha música de tensión, aunque no efectos de sonido. En cuanto a la tipografía, destacan los colores blanco y rojo, que subtitulan la voz del periodista, ilustran los precios, los bienes y las fechas e identifican al medio de comunicación. La miniatura del vídeo corresponde al primer fotograma de este, junto con el “bocadillo” de resumen en color rojo. En cuanto al uso digital, destaca el empleo

de hashtags, y permite realizar las mismas acciones que el resto de los vídeos del canal. [Ver.](#)

El último vídeo que analizaremos de Brut. dura 40 segundos. En él, se observa una noticia narrada acerca de la lista que ha elaborado Rusia de países hostiles, entre los que se incluye Francia. Se trata de una noticia narrada en off con colas de imágenes. El lenguaje empleado es periodísticamente correcto. Sin embargo, no aparece citada la fuente principal de información (tan solo se menciona a Rusia), ni de las imágenes. El gancho informativo se basa en alertar a los ciudadanos de que Francia ha sido nombrada como hostil, pero no indicarles el motivo (que irá apareciendo a lo largo de la pieza informativa). En cuanto a la imagen, emplea vídeos de recurso, algunos de ciudades o calles rusas, y otros del presidente Putin, en formato vertical. No existe presencia visual del periodista, del que únicamente se adivina su voz. Respecto al apartado sonoro, emplea el uso de la voz en off, acompañado de una música de tensión o preocupación. No hay efectos de sonido, y los vídeos aparecen sin su sonido diegético. A pesar de que no se ve explícitamente, la buena calidad del audio nos indica que fue captado con un instrumento similar a un micrófono. En cuanto a la tipografía, minimalista y en blanco y negro, esta se emplea para subtítular o aclarar las palabras del comunicador. También, emplea una tipografía blanca sobre fondo rojo para hablar de la amenaza a Francia, para resaltar el mensaje y mostrar signos de peligro.

Figura 39: Fotograma en el destaca el uso de tipografía blanca con fondo rojo a modo de alerta o peligro.



Fuente: Brut. vía TikTok

La miniatura del vídeo consiste, una vez más, en un fotograma de este, acompañado de un “bocadillo” de color rojo. Por último, hablando de los usos digitales, podemos ver cómo permite todo tipo de acciones (excepto aquellas ya señaladas anteriormente referidas a Instagram), e incluye dos hashtags para dotar de una mayor “viralidad” al vídeo: #russia y #ukraine. [Ver.](#)

#### 4.2.3 Reino Unido: Daily Mail

El Daily Mail es un clásico periódico británico. A diferencia de otros grandes medios digitales, no es nativo de este ámbito, sino que, parte de su gran popularidad recae en su tradición. Posee presencia en la gran mayoría de redes sociales, aunque su actividad principal proviene de su web principal.

El vídeo con más visualizaciones relativo a la guerra de Ucrania dura 30 segundos, y consiste en una grabación en la que el presidente Zelenski es informado acerca de la destrucción de un monumento del holocausto en medio de una entrevista televisiva. Se trata de una grabación acompañada de información tipografiada que aclara lo perceptible en el vídeo. El lenguaje es correcto a nivel periodístico, y cita las fuentes de la grabación (Reuters).

Figura 40: Fotograma que muestra una verticalización forzosa del vídeo horizontal.

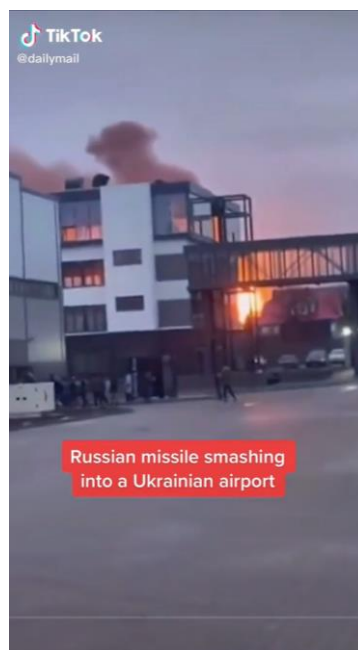


Fuente: Daily Mail vía TikTok

El gancho informativo se utiliza para crear expectativas acerca de lo que va a encontrarse el presidente: “Está a punto de descubrir en mitad de la entrevista... *(traducción)*”. Visualmente, utiliza una única grabación, que es montada cortando ciertos momentos para agilizar la situación. Se trata, como en otros casos, de una “verticalización” forzosa de un formato horizontal (visible por las franjas en sus extremos). No hay presencia visual del periodista que narra lo sucedido. Respecto al sonido, no usa voz en off, ni música o efectos sonoros. La tipografía destaca, sobre todo a la hora de resumir la información del vídeo y añadir contexto. También, se emplea para enmarcar la grabación, citar las imágenes, y para indicar que se active el sonido y se escuche atentamente. La miniatura del vídeo consiste en un fotograma de este. En cuanto al uso digital, destaca el empleo de hashtags como #zelenski o #russiaconflict, así como el permiso para realizar todas las acciones de TikTok: compartir, comentar, hacer dúos... [Ver](#).

El segundo vídeo para destacar dura 24 segundos, y es un fragmento de una grabación que ya habíamos observado en otro vídeo de este análisis, en la que se aprecia la explosión producida por un misil ruso en un aeropuerto ucraniano. En la descripción, se expone un subtítulo acerca del primer día de guerra y la decisión de Putin. En este caso, sí cita las fuentes de las que se ha obtenido.

Figura 41: Fotograma del vídeo que muestra la explosión en el aeropuerto ucraniano.



Fuente: Daily Mail vía TikTok

En la imagen, muestra fragmentos impactantes visualmente, sin presencia visual del periodista. Respecto al sonido, este es diegético de la grabación, sin contar con música o efectos añadidos. La tipografía, blanca sobre fondo rojo, se emplea a modo de titular de lo sucedido, permaneciendo durante todo el metraje. Por otro lado, la miniatura del vídeo es, nuevamente, un fotograma. En usos digitales, emplea etiquetas como #ukraineUA. También, permite realizar las mismas acciones de usuario que el caso anterior, exceptuando la posibilidad de “pegar” el vídeo o hacer dúos. [Ver.](#)

El tercer vídeo por visualizaciones trata acerca de una grabación de audio que muestra la tensa conversación entre un buque de guerra ruso y un puesto ucraniano. No es totalmente una noticia al uso, sino que se complementa el metraje con contexto de lo sucedido. El lenguaje empleado por el periodista es correcto, no así por los soldados, que utilizan expresiones vulgares.

Figura 42: Fotograma donde aparecen subtituladas las declaraciones de los protagonistas.



Fuente: Daily Mail vía TikTok

En este caso, no se cita la fuente de la grabación. Tampoco hay un gancho informativo claro que comience el vídeo. Visualmente, únicamente muestra un mapa de la región con el punto exacto donde se registró la grabación, además de una infografía que indica el espectro sonoro. No hay presencia visual del periodista. En cuanto a sonido, se emplea únicamente el recogido por la conversación, y sus materiales técnicos pertinentes, sin música o efectos de sonido. En lo relativo a la tipografía, esta se emplea para traducir lo ocurrido y titularlo, así como para indicar que se suba el volumen, y que la noticia presente es de actualidad. La miniatura del vídeo vuelve a ser, simplemente, un fotograma. En cuanto a usos digitales, la descripción cuenta con hasta 10 hashtags que ilustran lo ocurrido y facilitan su viralidad. Respecto a las acciones permitidas, no hay prohibición de compartir o llevar a cabo gestos similares. [Ver.](#)

El cuarto vídeo que mencionaremos corresponde a otra entrevista de Zelenski, de 24 segundos, en la que responde acerca de su vida con motivo de la explosión de la guerra. Se trata, únicamente, de un “total” de declaraciones filmado por Reuters (aparece citado en el vídeo). No existe un gancho informativo al comienzo explícitamente. Visualmente, emplea únicamente la grabación de las palabras de Zelenski, en formato “verticalizado”, sin presencia visual del periodista. Respecto al sonido, solamente se muestra el sonido diegético a la grabación, sin música, off o efectos.

Figura 43: Fotograma donde podemos observar el uso de tipografía para animar a consultar más vídeos a través de la búsqueda en TikTok del Daily Mail.



Fuente: Daily Mail vía TikTok

La tipografía se utiliza, nuevamente, para traducir las palabras del presidente, citar la información y advertir de que se suba el sonido, así como para animar a consultar Daily Mail para encontrar más vídeos “increíbles”. La miniatura del vídeo, de nuevo, consiste en un fotograma de este. En el uso digital, emplea los característicos hashtags, y ofrece la posibilidad de realizar todo tipo de acciones con él, sin limitaciones. [Ver.](#)

En cuanto al quinto vídeo para analizar, encontramos un fragmento de un minuto y 16 segundos que muestra cómo una mujer llamada Nataliya consigue llevarse del país a los hijos de un hombre, que, por obligación nacional, tenía prohibida la salida. Se trata de una noticia creada en base a una serie de fragmentos de vídeo. Las imágenes son citadas expresamente. El vídeo comienza con el titular de lo sucedido, para que el espectador tenga interés y continúe viéndolo, explicándose así poco a poco el contexto. Respecto a la imagen, emplea fragmentos cortos de vídeo caracterizados por su emotividad, en formato vertical o “verticalizado”. No existe presencia visual del periodista.

Figura 44: Fotograma del vídeo con imágenes de Nataliya en primer plano, apreciándose la referencia de la autoría de las imágenes.



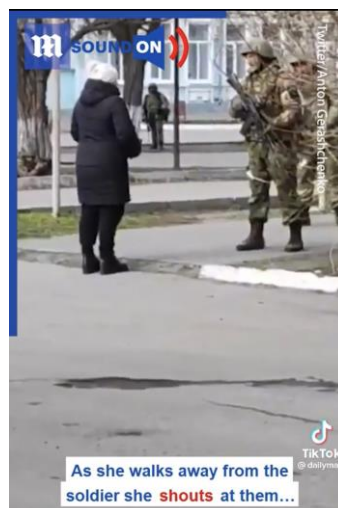
Fuente: Daily Mail vía TikTok

A nivel sonoro, emplea música emotiva junto al sonido diegético del vídeo. No aparece narración en off o efectos de sonido. En la tipografía, esta se utiliza para contar lo ocurrido a modo de breve resumen, en un formato cronológico que podría recordar a una crónica. Emplea movimientos infográficos para resultar más atractiva. Asimismo, cita el origen de las imágenes con ella, además de mostrar los clásicos signos de activar el volumen. La miniatura del vídeo es, de nuevo, un fotograma de este. Por último, en cuanto a los usos digitales, a las etiquetas habituales se suma la posibilidad de realizar cualquier tipo de acción digital con el vídeo, excepto “pegar” y responder con dúos.

[Ver.](#)

En el sexto vídeo de Daily Mail, nos encontramos con una noticia acerca de la confrontación entre una ciudadana ucraniana y un soldado ruso que vigilaba la calle, de 36 segundos de duración. Se trata de una grabación que es comentada en forma de noticia por medio de texto. El lenguaje periodístico es correcto, sin ser demasiado coloquial. Cita las fuentes de la información: en este caso, una cuenta de Twitter particular. El gancho informativo de la noticia consiste en utilizar el recurso de los puntos suspensivos para crear expectación a la audiencia.

Figura 45: Fotograma en el que aparece el uso de puntos suspensivos para generar expectación.



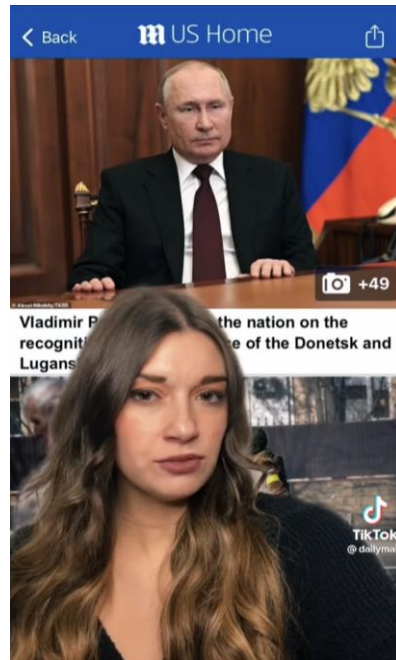
Fuente: Daily Mail vía TikTok

Respecto a la imagen, se muestra únicamente una grabación en vídeo, sin presencia visual del periodista. En sonido, solamente se incluye el sonido diegético (no hay

efectos, ni música, ni off). La tipografía (azul, blanca y roja) se emplea con varios motivos: resumir la información, subtítular las palabras de los protagonistas, indicar la fuente de la información y el lugar, así como indicar que se suba el volumen. La miniatura del vídeo es un fotograma de este. En usos digitales, emplea multitud de hashtags, y permite todas las posibilidades de herramientas de la plataforma. [Ver.](#)

El séptimo vídeo dura 29 segundos. Este incluye una estructura diferente a la que hemos ido viendo en otros casos del Daily Mail. Se trata de una noticia hablada a cámara, en un formato similar al de Ac2ality. En él, la periodista habla con un lenguaje correcto acerca de la repulsión de fuerzas rusas en la capital ucraniana. Cita las fuentes de la información (en concreto, el propio Zelenski, o el Daily Mail digital), pero las imágenes no aparecen referenciadas explícitamente (a pesar de que, al mostrar capturas de periódicos detrás, se dejan entrever en cierto modo). El gancho informativo consiste en la entradilla contada a cámara.

Figura 46: Fotograma en el que se muestra a la periodista en primer plano, con capturas de fondo del Daily Mail, en las que se deja entrever la autoría de las imágenes.



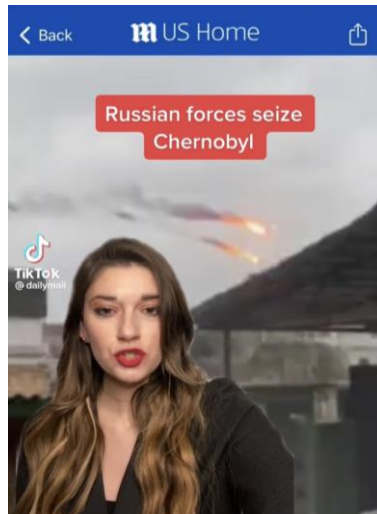
Fuente: Daily Mail vía TikTok

Visualmente, emplea fotografías, capturas de mapas y recortes de periódicos. Existe presencia visual de la periodista, que contribuye a la información combinando su gesto

serio con mímica (utiliza el movimiento de dedos para simbolizar unas comillas). En cuanto al sonido, solamente se incluye la voz de la periodista, sin música ni efectos. La tipografía es interesante en este vídeo, pues se emplea para llamar la atención (con el signo de “*breaking news*”), titular la información e incluso “categorizarla” (por ejemplo, indica que esta noticia es un “*daily tale*” o “cuento diario”: un juego de palabras con el nombre del periódico. La miniatura vuelve a ser un fotograma. En usos digitales, la descripción está llena de hashtags. También, permite todas las herramientas posibles. [Ver.](#)

El octavo vídeo continúa con el esquema anterior, durando 25 segundos. Se trata de una noticia hablada a cámara acerca de la toma de la central de Chernóbil por parte de fuerzas rusas. El lenguaje empleado es periodístico, pero comprensible para la audiencia. La información no es citada, ni las imágenes referenciadas, aunque incluye capturas de pantalla de la fuente de noticia principal (el propio Daily Mail), haciendo lo propio con las imágenes.

Figura 47: Fotograma del vídeo en el que aparece la entradilla a cámara de la periodista.



Fuente: Daily Mail vía TikTok

Así, se incluyen capturas de pantallas de periódicos con fotografías y el texto pertinente. Existe presencia visual de la periodista, que narra la información directamente al espectador. Las imágenes son, en ocasiones, impactantes (humo, fuego y destrozos). En sonido, solamente se incluye la voz de la comunicadora (sin música o efectos). La tipografía es empleada para titular la información y “categorizarla” (como el caso

pasado). La miniatura del vídeo, como es usual, es un fotograma de este. Por último, en cuanto a usos digitales, vuelve a destacar el empleo de multitud de hashtags en la descripción, así como el permiso de realizar todo tipo de acciones posibles con el vídeo. [Ver.](#)

El noveno y penúltimo vídeo dura 16 segundos, y vuelve nuevamente a los vídeos basados en grabaciones. Se trata de una noticia breve acerca del bombardeo accidental de una ciudad por parte de un avión ruso. El lenguaje empleado es cercano pero adecuado. Sin embargo, no aparece citada la información o las imágenes. El vídeo utiliza el recurso de la música tenebrosa como gancho informativo. Visualmente, solo aparece una grabación en vídeo de lo sucedido, sin presencia visual del periodista.

Figura 48: Fotograma del vídeo en el que se aprecia la explosión accidental.



Fuente: Daily Mail vía TikTok

En el sonido, se combina la voz en off del periodista con una música tenebrosa. No aparecen efectos de sonido. Respecto a la tipografía, azul y blanca, esta se emplea únicamente para subtítular la noticia a la vez que las palabras del periodista. La miniatura del vídeo vuelve a ser un fotograma. En cuanto al uso digital, emplea las etiquetas características, y permite realizar todo tipo de acciones con el vídeo. [Ver.](#)

El último vídeo de Daily Mail dura 49 segundos, y muestra las buenas acciones de dos oficiales de policía que tratan de entretener a los niños en la frontera entre Ucrania y Eslovaquia. Se trata de una noticia sin voz, en la que únicamente se subtitula la información. Por ello, el lenguaje es muy breve, aunque correcto. Se citan, por otro lado, las imágenes (son parte de la policía eslovaca). No existe un gancho informativo específico. En la imagen, únicamente aparece el metraje en formato “verticalizado”.

Figura 49: Fotograma que muestra el vídeo verticalizado, con presencia de referencias de las fuentes de las imágenes mostradas



Fuente: Daily Mail vía TikTok

No hay presencia visual del periodista. No aparece música, pero sí un efecto de sonido de lo que parece ser un mensaje de teléfono, hacia el final. Respecto a la tipografía, emplea una tipografía azul y roja, sobre fondo blanco, para narrar lo sucedido. Emplea el color rojo para resaltar ciertas palabras importantes. La miniatura del vídeo, por otro lado, es un fotograma de este. En cuanto a usos digitales, emplea hashtags como #learnontiktok, y permite todas las posibilidades de acción con el vídeo. [Ver.](#)

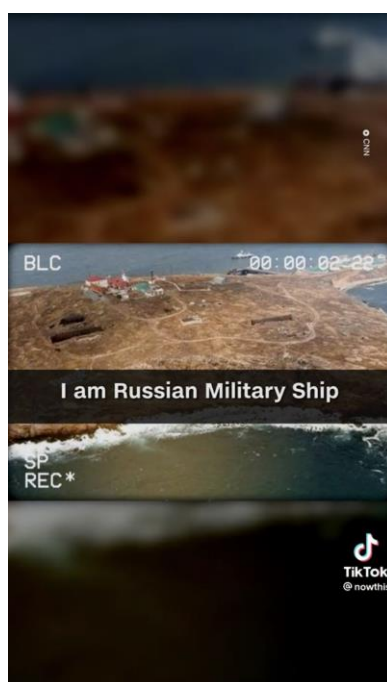
#### 4.2.3 Estados Unidos: NowThis

NowThis es, actualmente, el medio de comunicación con más seguidores en TikTok. Con origen en territorio estadounidense, se trata de una organización nativa digital, que incluye noticias en formato escrito y audiovisual. Además de su web principal, cuenta

con presencia en múltiples redes sociales, posibilidad de suscripción y de interacción con aparatos como Amazon Alexa o Siri, de iPhone.

El primer vídeo que analizaremos de NowThis en TikTok cuenta con más de 11 millones de visualizaciones, y dura 42 segundos. Se trata de un evento que ya hemos analizado anteriormente: la conversación entre el buque de guerra ruso y el puesto ucraniano. En ese sentido, se crea una noticia a raíz de una única grabación: la voz de la comunicación entre ambos. El lenguaje empleado por los protagonistas es soez al final, pero formal y diplomático al comienzo. La fuente de la información es citada (CNN). Sin embargo, la cita presente en la imagen no concreta si se trata de la referencia fotográfica o sonora.

Figura 50: Fotograma del vídeo en el que aparecen traducidas las palabras del portavoz del buque ruso.



Fuente: NowThis vía TikTok

El gancho informativo consiste en generar expectativas al internauta sin indicarle la información exacta: “Las últimas palabras de soldados ucranianos... (*traducido*)”. Por otro lado, en imagen, emplea una fotografía de lo que puede asumirse como el centro desde el que se realizaron las grabaciones, en formato horizontal, pero siendo completada en las partes superiores e inferiores para así dar una sensación de

verticalidad. No hay presencia visual del periodista. En cuanto a sonido, se utiliza solamente el sonido diegético de la grabación: no hay música, ni efectos, ni off. Respecto a la tipografía, esta es minimalista (blanco sobre negro), y se utiliza para traducir las grabaciones e introducir la información. La miniatura del vídeo incluye un “bocadillo” cuadrado en el que aparecen algunas de las palabras de los soldados ucranianos. Respecto a usos digitales, no utiliza hashtags en la descripción. Aparte de “pegar” el vídeo o hacer dúos, no hay mayores prohibiciones de herramientas digitales. [Ver.](#)

En segundo lugar, observamos un metraje correspondiente a una entrevista a una mujer ucraniana y un niño, en la que se le pregunta acerca de su vida refugiada en una estación de metro del país. Dura 50 segundos, y emplea un lenguaje cercano con la mujer, pero correcto y respetuoso. Cita la información en la esquina superior derecha. El gancho informativo consiste en la respuesta del niño, que genera impacto y permite interesar a la audiencia acerca de las palabras posteriores de la madre.

Figura 51: Fotograma del vídeo donde se muestran las palabras de la madre con la imagen de ella y el niño en primer plano.



Fuente: NowThis vía TikTok

La imagen únicamente consiste en la filmación en vídeo. Aparece parcialmente la periodista (se ve su brazo). En cuanto a sonido, únicamente se capta el sonido diegético del vídeo, gracias a un micrófono “de corbata” que sujeta la periodista. No hay música ni efectos de sonido. Respecto a la tipografía, esta se emplea para subtitar las palabras de los entrevistados y la entrevistadora (Clarissa Ward, de la CNN), así como para citar el medio y titular la información. La miniatura del vídeo también incluye un “bocadillo” con un resumen de la información. En usos digitales, tampoco se emplean etiquetas, pero no hay límite en cuanto a las herramientas digitales de la plataforma. [Ver.](#)

El tercer vídeo de NowThis a analizar muestra las protestas de un grupo de ciudadanos de Melitopol ante tropas rusas por el secuestro de su alcalde. Dura solo 10 segundos, y se trata únicamente de un metraje del suceso sin off o explicación a cámara. Las imágenes están correctamente citadas, y no hay lenguaje periodístico a destacar más allá de la descripción del vídeo (que es correcta).

Figura 52: Fotograma en el que se aprecia la violencia de las imágenes.



Fuente: NowThis vía TikTok

El gancho informativo se basa, principalmente, en la crudeza de las imágenes, en formato vertical. No hay presencia visual del periodista, al tratarse de una grabación tomada por testigos. El sonido incluido es, así, diegético del acontecimiento, sin música o efectos. La tipografía, en blanco y negro, solo se emplea para introducir el suceso. Por

último, respecto a uso digital, tampoco emplean hashtags, y permiten todo tipo de herramientas (excepto “pegar” el vídeo y realizar dúos). [Ver.](#)

En cuarto lugar, NowThis ofrece un vídeo de 48 segundos de duración que difiere de los tres que hemos visto hasta ahora. Se trata de una noticia clásica con entradilla a cámara en la que se habla acerca de la toma de Chernóbil por las tropas rusas. El lenguaje es informal y cercano con la audiencia, a la que se le explica brevemente la historia de la central nuclear y por qué resulta una amenaza. Emplea, incluso, expresiones coloquiales como “OK”, o el titular con el signo “=” para hacer la información más comprensible.

Figura 53: Fotograma en el que observamos la entradilla a cámara de la periodista.



Fuente: NowThis vía TikTok

El gancho informativo es, de hecho, el propio titular de la noticia. En imagen, se combina el discurso de la periodista (con presencia visual) y vídeos y tomas de la central ucraniana, junto a mapas explicativos. La periodista muestra un carácter de preocupación, para alertar de la gravedad de la situación. El sonido empleado se basa, principalmente, en el diegético del vídeo grabado por la comunicadora, acompañada de música con tonada de informativos, y la voz en off mientras se muestran las imágenes. No hay efectos de sonido perceptibles. En lo referido a la tipografía, esta se emplea para subtítular las palabras de la informadora y resumir la noticia. La miniatura del vídeo cuenta con la estructura típica de fotograma + “bocadillo”. Por último, en usos digitales, no se emplean etiquetas, pero permite todo tipo de posibilidades digitales. [Ver.](#)

El quinto vídeo que analizaremos corresponde a una grabación de 33 segundos, en la que se muestra la extracción de una bomba sin detonar, proveniente de un avión ruso. Se trata de un vídeo sin narración periodística, que solo incluye un titular. El lenguaje, aunque breve, es correcto, y cita las fuentes de la información y vídeo. La única imagen que emplea es vertical, siendo la proporcionada por la fuente, sin presencia visual de ningún periodista.

Figura 54: Fotograma del vídeo que expone el metraje del desarme del aparato explosivo.



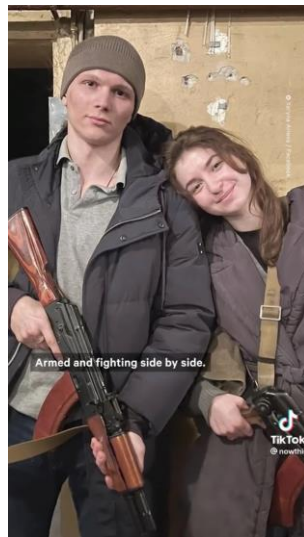
Fuente: NowThis vía TikTok

En cuanto a sonido, es solamente el diegético del metraje (sin música, efectos u off). Respecto a la tipografía, utiliza un estilo minimalista en blanco y negro que se limita a introducir el vídeo. La miniatura, por su parte, corresponde al tradicional esquema con “bocadillo”. Por último, en uso digital, tampoco emplea ninguna etiqueta, y las posibilidades de interacción con el vídeo no encuentran limitaciones. [Ver.](#)

En sexto lugar, observamos una noticia un tanto peculiar. Dura 48 segundos, y trata acerca de la celebración de una boda entre una pareja ucraniana en la capital, horas después de que Rusia comenzara a bombardearla. Se trata de una noticia en formato clásico, con entradilla y cuerpo. El lenguaje utilizado es correcto, y cita la fuente de la

que extrae la información y las imágenes. El gancho informativo se basa en la propia entrada. Emplea imágenes de recurso de la boda y fotografías de la pareja (en vertical). No existe presencia visual de la periodista, pero sí su voz. Así, en el sonido, se mezcla la voz en off de la informadora con el sonido diegético de los vídeos mostrados. No aparece música ni efectos de sonido. Las tipografías, en blanco y negro, se emplean como subtítulo de las palabras de la periodista, así como titular de lo acontecido.

Figura 55: Fotograma del vídeo donde se observa una imagen de la pareja.



Fuente: NowThis vía TikTok

La miniatura del vídeo, por otro lado, responde a la fórmula de fotograma y “bocadillo”. En usos digitales, se emplea la etiqueta #Kyiv, y permite todo tipo de acciones digitales para el vídeo. [Ver.](#)

El séptimo vídeo de NowThis que vale la pena mencionar (de 56 segundos) muestra a algunos voluntarios extranjeros que luchan por Ucrania. Se trata de un montaje de un conjunto de declaraciones a modo de “*vox populi*”, cuya fuente aparece referenciada en pantalla. El lenguaje periodístico es muy breve pero correcto. El gancho informativo se basa en, precisamente, el impacto de las propias palabras de los voluntarios.

Figura 56: Fotograma en el que apreciamos el uso de *emojis* como identificativo.

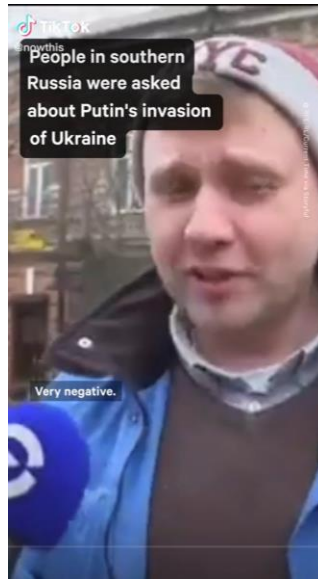


Fuente: NowThis vía TikTok

En cuanto a imagen, se emplea un montaje de varios fragmentos de vídeo, así como el uso de *emojis* para representar las banderas de origen de los soldados. Son vídeos en vertical sin presencia visual del periodista. En cuanto a sonido, únicamente se muestra el sonido diegético de los vídeos (sin música, off o efectos). La tipografía se emplea para subtitar las declaraciones e introducir la información, siendo minimalista (blanco sobre fondo negro). Asimismo, la miniatura sigue el esquema convencional con “bocadillo”. En usos digitales, esta vez no se utilizan etiquetas, pero sí se permite todo tipo de acciones digitales con el fragmento. [Ver.](#)

En octavo lugar, observamos un metraje de 47 segundos de duración, en el que aparece un conjunto de entrevistas a modo de “*vox populi*” a ciudadanos del sur de Rusia sobre el conflicto. La información y origen de las imágenes está citada en pantalla. El lenguaje periodístico es informal pero correcto. En cuanto a los ciudadanos, estos expresan su opinión de manera coloquial, e incluso amenazante (como un entrevistado que desea la muerte del líder ruso). El gancho informativo consiste en la pregunta realizada por el periodista, que introduce a la audiencia en lo que acontecerá. En la imagen, se muestran únicamente varios metrajes de las entrevistas.

Figura 57: Fotograma del vídeo en el que aparecen las palabras traducidas de un joven.



Fuente: NowThis vía TikTok

No hay presencia visual del periodista más allá de su mano con el micrófono. A nivel sonoro, sobresale solamente el sonido diegético del vídeo. Respecto a la tipografía, esta se emplea con varios fines: para resumir la información (en blanco y negro), para traducir las palabras del reportero (amarillo y negro) y para traducir las voces de los ciudadanos rusos (blanco y negro). La miniatura no varía su esquema con “bocadillo”. Por último, en cuanto a usos digitales, se emplean varias etiquetas (como #Putin o #Ukraine) colocadas dentro del titular de la información que aparece en la descripción, y se permiten todo tipo de acciones digitales con el metraje. [Ver.](#)

El noveno vídeo de NowThis dura 39 segundos. En él, se observan las palabras del embajador de Ucrania en las Naciones Unidas, que critica duramente la invasión de su país, y pide actuación por parte de la organización. El lenguaje periodístico es correcto, pero corresponde únicamente al titular. Cita las fuentes de obtención de la imagen (UNTV vía Reuters). No hay gancho informativo concreto, pues se trata, únicamente, de la presentación de un testimonio.

Figura 58: Fotograma que muestra al embajador ucraniano subtulado tipográficamente.



Fuente: NowThis vía TikTok

Visualmente, emplea el vídeo perteneciente a la sesión plenaria, en formato vertical. No hay presencia visual del periodista. Respecto al sonido, solamente se escucha el sonido diegético de la grabación (no hay música, efectos o voz en off). La tipografía (en blanco y negro) se emplea para subtitular las palabras del embajador, así como para resumir lo acontecido. La miniatura recoge en el habitual “bocadillo” las impactantes palabras directas del orador. En cuanto a usos digitales, no utiliza ningún tipo de hashtag, aunque sí permite cualquier interacción con el fragmento. [Ver.](#)

El último vídeo de NowThis, y de nuestro análisis de TikTok en general, consta de solamente 8 segundos, en los cuales se observa el momento en el que una información dada por una periodista rusa es interrumpida a causa de las protestas de una empleada contra la guerra. Se trata de un fragmento de un informativo televisivo en ruso, por lo que no hay lenguaje por parte de los periodistas estadounidenses, más allá del titular (que es correcto). La información aparece citada adecuadamente. El gancho informativo reside, fundamentalmente, en la fuerza visual de lo ocurrido, así como en la incitación al lector a ver lo ocurrido: “Esto pasó en vivo en la televisión estatal rusa (*traducción*)”. Las imágenes son sorprendentes, en formato vertical.

Figura 59: Fotograma que muestra a la protestante rusa en directo.



Fuente: NowThis vía TikTok

A pesar de observarse a una presentadora de televisión, no hay presencia visual del periodista de NowThis. En cuanto a sonido, se incluye únicamente el sonido propio del metraje, sin música, efectos, o voz en off. La tipografía, en blanco y negro se emplea para traducir el mensaje de la pancarta de la mujer que protesta, así como para introducir lo sucedido, y citar la fuente de información. La miniatura del vídeo, nuevamente, incluye un fotograma y un “bocadillo” explicativo. Por último, en cuanto a usos digitales, no podemos apreciar hashtags que otorguen mayor tráfico virtual, pero sí se permiten todo tipo de acciones digitales con el vídeo. [Ver.](#)

## 5. Debate y conclusiones

Una vez hemos analizado cuarenta vídeos (10 de cada medio de comunicación), estamos preparados para, a raíz de ellos, establecer una serie de conclusiones que nos permitan determinar que en TikTok existe un modo particular de informar. En primer lugar, debemos dejar constancia de que los vídeos informativos que obtienen mayor viralidad son aquellos que incluyen únicamente grabaciones sin narración en off (por ejemplo, metrajes de caída de bombas, ciudadanos ucranianos, declaraciones de líderes...), lo cual puede explicarse por la universalidad y cercanía de estos hechos para el público.

En el caso de existir presencia física del periodista, observamos cómo sobresale la presencia de periodistas jóvenes, que miran directamente al espectador y exponen los

hechos, fortaleciendo ese fenómeno de cercanía que mencionábamos. Además, los más exitosos suelen contar con presencia femenina: el perfil más representativo de comunicador, por tanto, suele ser el de mujeres jóvenes. Este perfil suele, además, ir acompañado de la utilización de un lenguaje informal y cercano, acompañándolo con signos faciales o gestuales que “teatralizan” lo ocurrido. Además, en la mayoría de los casos, el comunicador o comunicadora aparece delante de una imagen, captura de pantalla o mapa, que hace las veces de “*croma*”. La miniatura de los vídeos suele seguir, casi siempre, el mismo esquema: o bien se trata de un fotograma del vídeo, o bien este está acompañado de un “bocadillo” que resume o introduce la información.

Un fenómeno destacable es la gran popularidad de medios nativos digitales (3 de los 4 con mayor número de seguidores en estos países no corresponden a clásicos periódicos, televisiones o radios).

Por otro lado, centrando el foco en las piezas informativas, observamos que casi ninguna de ellas supera el minuto de duración. Se trata de vídeos cortos, fáciles y rápidos de consumir, como es el resto de los contenidos de la plataforma. En ellos, suele primar el sonido diegético del metraje que exponen (resulta más impactante y cercano), y no suelen añadirse efectos de sonido en posproducción. Sin embargo, a veces se acompaña la noticia con música (sin letra). Esta música no se limita únicamente al acompañamiento sonoro (con tonadas de informativos) de los medios audiovisuales tradicionales, sino que, a menudo, se emplean canciones existentes dentro de la propia aplicación (por ejemplo, música con apariencia “bélica” o de tensión), que otorgan emocionalidad al formato clásico de noticia, siendo más común en reportajes. No obstante, este uso también posee una explicación de utilidad: el uso de ciertas canciones en TikTok permite una mayor difusión del vídeo y la posibilidad de filtración de este según la música. Otro elemento de viralidad que observamos en la gran mayoría de las piezas es el uso de hashtags o herramientas, con el objetivo de aumentar el tráfico de usuarios y tamizar, nuevamente, el vídeo en función de si, por ejemplo, un usuario desea encontrar todas aquellas noticias acompañadas de una etiqueta particular.

Otro aspecto que merece la pena mencionar es la escasez de citación de las imágenes presentes en el vídeo. Si bien es cierto que, a la hora de referenciar la fuente de información textual, solemos ver esta incluida en la descripción del vídeo o con un indicativo en el mismo, en el caso de las imágenes, esta referencia no aparece en la gran mayoría de los vídeos analizados. También, es pertinente indicar que, en varios de estos vídeos, se emiten palabras malsonantes o vulgares sin censura (incluso, por parte de los

comunicadores), algo que resulta diferente a la pulcritud en el lenguaje que suele imperar dentro de los medios consolidados fuera de las redes sociales.

Si atendemos al aspecto visual, vemos como existe una dominación absoluta del formato vertical (lógico, si prestamos atención a las particularidades del soporte móvil) e, incluso, se fuerza la aparición de vídeos horizontales en este formato: por ejemplo, se hace uso del *zoom* para ajustar las proporciones de este, o se emplean franjas de colores o con fragmentos difuminados del vídeo en la parte superior e inferior de la pantalla.

Cabe mencionar, por otro lado, que, con excepción de Ac2ality, no aparece referenciado el nombre del periodista o comunicador que narra lo ocurrido, o incluso que aparece en pantalla realizando la entradilla o explicación.

Asimismo, destaca el uso de titulares que incitan al *click* generando expectativas (por ejemplo, cuando se habla de que Putin amenaza a un país de Europa, pero el nombre de este no es revelado hasta una vez comenzada la narración). Otro aspecto definitorio de las piezas informativas en TikTok es el empleo reiterado de la tipografía (minimalista, en su mayoría) para subtitular las palabras del periodista o protagonista de la información. Esto, sin embargo, no es solamente empleado en casos de traducción: en el mismo idioma también nos cruzamos con este fenómeno, muy habitual.

Todas estas características comunes distinguibles en los vídeos informativos de la plataforma nos permiten generar una serie de conclusiones que podemos extrapolar y caracterizar así a los contenidos periodísticos dentro de la red social.

En primer lugar, la presencia (a menudo, física) de informadores jóvenes que emplean lenguaje informal a través de medios nativos digitales nos indica que se está buscando (o bien se ha consolidado) un *target* de edad más joven, al que se pretende atraer por medio de una cercanía y diferenciación respecto a los clásicos y “distanciados” medios tradicionales. Así, la prevalencia de la narración a cámara con dicha presencia visual muestra un deseo de humanización de las noticias, que se ve potenciado por el uso habitual de historias personales de los protagonistas directos de los sucesos. Esto, además, logra una mayor sensación de inmersión y acercamiento a la información (algo que se ve demostrado por el gran número de grabaciones directas de los acontecimientos dentro de los vídeos más vistos de cada medio).

Por otro lado, si atendemos al fenómeno de la falta de citación y referencias de las imágenes y de los narradores de la información (con excepción de Ac2ality en este último caso), así como una tendencia a incluir palabras coloquiales o malsonantes,

observamos cómo sobresale la informalidad del vocabulario y lo narrado. Asimismo, se busca deliberadamente la viralidad y expansión rápida de los contenidos. Esto se ejemplifica por el extenso uso de los vídeos sin narración (fácilmente comprensibles en cualquier idioma), miniaturas sencillas, uso de herramientas digitales (como hashtags) que potencian el tráfico online, o titulares que incitan a la visualización completa del contenido. También, es evidente la búsqueda del impacto visual por medio de algunos de estos contenidos directos. Por ejemplo, imágenes de ciudadanos asustados o de ataques.

Respecto al apartado sonoro, atendemos a una tendencia de baja o nula edición de sonido, ya que no se emplean efectos de sonido: solo se utiliza (y no en todas las ocasiones) música de acompañamiento que a veces viene de la propia *app*. También, sobresale el sonido diegético, otra posible consecuencia de ello (o de la inmersión en la noticia que nombrábamos líneas atrás).

Otra conclusión a la que podemos llegar, y una de las más importantes, es que determinados aspectos comunes en los contenidos (como pueden ser el uso forzoso del formato vertical, la corta duración del metraje, el uso de tipografía a modo de subtítulos inmediatos y el acompañamiento de música externa al vídeo para generar tensión) nos llevan a determinar que la información periodística en TikTok posee una serie de características intrínsecas a un nuevo modo de informar relacionado con la idiosincrasia de la red social, y la sociedad en general: espaciales, sonoras y periodísticas. Tal y como nombramos en el apartado relacionado a TikTok, la rapidez de los contenidos y la necesidad de consumirlos en el mayor tiempo posible, presentes en el ecosistema virtual de la plataforma, ha arrastrado consigo un modo particular de realizar las noticias y piezas periodísticas, creando informaciones en las que prima la rapidez y la necesidad de llamar la atención, por medio de videos cortos y simples con el apoyo visual y sonoro como mayor baluarte, y convirtiendo a dichas piezas en uno de los innumerables estímulos que pueblan la realidad de una sociedad hiperconectada.

Así pues, la red social propiedad de ByteDance ha alcanzado y reconfigurado el “Olimpo” del entretenimiento en un tiempo récord. Tras la fusión con Musical.ly y un reseñable *boom* con la pandemia, su popularidad no ha parado de crecer, y cada vez más figuras y compañías de relevancia la comienzan a emplear como plataforma para llegar al resto de la población. Con ella, los códigos de la información también han sido

alterados para encajar los modelos periodísticos en una nueva nube digital con unas necesidades específicas y nuevas formas de comunicar.

La realidad y los grandes hechos noticiosos, como puede ser la (aún en curso) guerra entre Rusia y Ucrania, sirven de base para modificar y desarrollar todo un entramado mediático formado por nuevos medios digitales, periódicos o televisiones tradicionales que se modernizan, periodistas jóvenes y usuarios, testigos o protagonistas de lo sucedido, en un entorno de prosumidores en el que prima la inmediatez, lo audiovisual y el modo de llegar a la mayor cantidad de espectadores posible, usando un lenguaje sencillo y cercano. Es, sin duda, un nuevo paso del periodismo: una novedosa herramienta con la que seguir contando la realidad adaptándola a la idiosincrasia de la contemporaneidad.

## 6. Bibliografía

Arciniegas, Y. (3 de julio de 2022). Rusia proclama control de toda la provincia de Lugansk. *France24*. Recuperado de: <https://www.france24.com/es/europa/20220703-ucrania-proclama-control-lugansk-lysyhansk> (consultado 21 mayo 2023).

BBC News Mundo. (26 de febrero de 2022). Rusia y Ucrania: qué pasó en Crimea en 2014 (y por qué importa ahora). *BBC News Mundo*. Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-60500020> (consultado 20 mayo 2023).

Baker-White, E. (19 de marzo de 2023). Por qué Estados Unidos presiona a ByteDance para que venda TikTok. *Forbes*. Recuperado de: <https://forbes.es/empresas/250237/por-que-estados-unidos-esta-presionando-a-bytedance-para-que-venda-tiktok/> (consultado 23 marzo 2023).

ByteDance. (22 de marzo de 2023). Inspire Creativity, Enrich Life. ByteDance.com. Recuperado de: <https://www.bytedance.com/en/> (consultado 22 marzo 2023).

Carson, B. (28 de mayo de 2016). How a failed education startup turned into Musical.ly, the most popular app you've probably never heard of. *Business Insider*. Recuperado de: <https://www.businessinsider.com/what-is-musically-2016-5> (consultado 11 marzo 2023).

Charte, M; Martín, A. (24 de febrero de 2023). Cronología de la invasión rusa de Ucrania: del fracaso de la operación relámpago a la guerra de desgaste. *RTVE*. Recuperado de: <https://www.rtve.es/noticias/20230224/guerra-ucrania-cronologia-aniversario-rusia-bombardeos/2416571.shtml> (consultado 21 mayo 2023).

Cole, S. (3 de agosto de 2018). RIP Musical.ly: A Very Brief History. *Vice*. Recuperado de: <https://www.vice.com/en/article/xwk4pw/musically-shut-down-tiktok-memes> (consultado 12 marzo 2023).

Consejo de la Unión Europea. (13 de abril de 2023). Cronología - Medidas restrictivas de la UE contra Rusia por sus actos en Ucrania. Consilium.europa.eu. Recuperado de: <https://www.consilium.europa.eu/es/policies/sanctions/restrictive-measures-against-russia-over-ukraine/history-restrictive-measures-against-russia-over-ukraine/> (consultado 21 mayo 2023).

Davis, K. (20 de febrero de 2018). The App That Launched a Thousand Memes. *Sixth Tone*. Recuperado de: <https://www.sixthtone.com/news/1001728/the-app-that-launched-a-thousand-memes> (consultado 10 marzo 2023).

Díaz, S. D. (2020). El conflicto Ucraniano. Orígenes y causas de la última guerra en Europa. *Gladius et Scientia. Revista de Seguridad del CESEG*, (2). Recuperado de: <file:///C:/Users/Eduardo/Downloads/4432-Texto%20do%20artigo-52784-1-10-20220118.pdf> (consultado 17 mayo 2023)

Espallargas, A. (14 de octubre de 2021). Así es ByteDance, la empresa china que tiene a todo el mundo bailando al ritmo de TikTok. *GQ*. Recuperado de: <https://www.revistagq.com/noticias/articulo/bytedance-empresa-tiktok> (consultado 22 marzo 2023).

El Confidencial. (9 de marzo de 2022). ¿Por qué empezó la guerra entre Ucrania y Rusia? ¿Cómo va? Motivos y consecuencias. *El Confidencial*. Recuperado de: [https://www.elconfidencial.com/mundo/europa/2022-03-09/por-que-empezo-guerra-ucrania-rusia-como-va\\_3362101/](https://www.elconfidencial.com/mundo/europa/2022-03-09/por-que-empezo-guerra-ucrania-rusia-como-va_3362101/) (consultado 20 mayo 2023).

Fernández, Y. (7 de abril de 2021). Qué es TikTok, de dónde viene y qué ofrece la red social de vídeos. *Xataka*. Recuperado de: <https://www.xataka.com/basics/que-tiktok-donde-viene-que-ofrece-red-social-videos> (consultado 10 marzo 2023).

Fernández, Y. (7 de abril de 2021). Musical.ly es comprada por 1.000 millones de dólares, el valor de ser una app de moda entre adolescentes. *Xataka*. Recuperado de: <https://www.xataka.com/servicios/musical-ly-es-comprada-por-1-000-millones-de-dolares-el-valor-de-ser-una-app-de-moda-entre-adolescentes#:~:text=Tiktok-,Musical.ly%20es%20comprada%20por%201.000%20millones%20de%20d%C3%B3lares%2C%20el,app%20de%20moda%20entre%20adolescentes&text=Musical.ly%20ha>

[%20sido%20comprada,fuentes%20del%20New%20York%20Times](#) (consultado 12 marzo 2023).

González, I. (21 de julio de 2022). ¿Cómo funciona el algoritmo de TikTok? IEBS. Recuperado de: <https://www.iebschool.com/blog/como-functiona-el-algoritmo-de-tiktok-redes-sociales/> (consultado 30 marzo 2023).

Google Trends. (22 de marzo de 2023). Tiktok (término de búsqueda). Google Trends. Recuperado de: <https://trends.google.es/trends/explore?date=today%205-y&q=tiktok&hl=es> (consultado 22 marzo 2023).

Granados, J. (2007). Ucrania, un Estado y dos civilizaciones. Revista UNISCI, (14), 149-160. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/767/76701412.pdf> (consultado 24 abril 2023).

Graziani, T. (30 de julio de 2018). How Douyin became China's top short-video App in 500 days. WalktheChat. Recuperado de: <https://walkthechat.com/douyin-became-chinas-top-short-video-app-500-days/> (consultado 10 marzo 2023).

Gutiérrez del Cid, A. T. (2017). Las claves del conflicto entre Rusia y Occidente después de Crimea y el conflicto con Ucrania. Foro internacional, 57(2), 356-388. Recuperado de: [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-013X2017000200356](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-013X2017000200356) (consultado 17 mayo 2023)

Huang, B. (2021, March). The reasons for Douyin's success from the perspective of business model, algorithm and functions. In 6th International Conference on Financial Innovation and Economic Development (ICFIED 2021) (pp. 320-325). Atlantis Press. Recuperado de: <https://www.atlantis-press.com/proceedings/icfied-21/125954329> (consultado 30 marzo 2023).

Martínez, F. (15 de noviembre de 2022). El fenómeno TikTok en Datos 2022. Fátima Martínez, Luces y Sombras de las Marcas. Recuperado de: <https://fatimamartinez.es/2022/11/15/el-fenomeno-tiktok-en-datos-2022/> (consultado 23 marzo 2023).

Martínez, S. (22 de febrero de 2022). La Unión Europea lanza la primera andanada de sanciones contra Rusia. *El Periódico*. Recuperado de: <https://www.elperiodico.com/es/internacional/20220222/ue-planea-castigar-bancos-financian-13274387> (consultado 21 mayo 2023).

Martínez, S. (3 de junio de 2022). Sanciones contra Rusia | Seis rondas y más de un millar de políticos, militares, oligarcas y propagandistas sancionados. *El Periódico*. Recuperado de: <https://www.elperiodico.com/es/internacional/20220603/seis-rondas-rusia-sanciones-ue-guerra-ucrania-13770127> (consultado 21 mayo 2023).

Mena, M. (13 de octubre de 2022). El meteórico ascenso de TikTok. *Statista*. Recuperado de: <https://es.statista.com/grafico/28454/numero-de-usuarios-activos-de-redes-sociales-seleccionadas-a-nivel-mundial/> (consultado 23 marzo 2023).

Mir, R. (5 de abril de 2022). Todo lo que tienes que saber de la guerra Rusia-Ucrania, hoy 5 de abril. *El Periódico*. Recuperado de: <https://www.elperiodico.com/es/internacional/20220405/todo-guerra-rusia-ucrania-hoy-5-abril-13475177> (consultado 4 junio 2023).

Morais Martín, D. (2020). TikTok. Análisis de la irrupción de la nueva Red Social en Internet: análisis de las claves de su éxito y sus posibilidades publicitarias. Recuperado de: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/42415/TFG-N.%201391.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (consultado 12 marzo 2023).

Olivares García, F. J., & Méndez Majuelos, M. I. (2020). Análisis de las principales tendencias aparecidas en TikTok durante el periodo de cuarentena por la COVID-19. *Revista Española de Comunicación en Salud, Extra 1*, 243-252. Recuperado de: <https://idus.us.es/handle/11441/108699> (consultado 22 marzo 2023).

Paraschnuck, L. B. (2018). Orígenes del conflicto ucraniano. *Revista Aequis: Estudios sobre historia, derecho e instituciones*, (12), 157-177. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6605981> (consultado 24 abril 2023).

Plazas, N. (31 de diciembre de 2022). Cronología del conflicto en Ucrania: 2022, el año en el que la guerra regresó a Europa. *France24*. Recuperado de: <https://www.france24.com/es/europa/20221231-cronolog%C3%ADa-del-conflicto-en-ucrania-2022-el-a%C3%B1o-en-el-que-la-guerra-regres%C3%B3-a-europa> (consultado 21 mayo 2023).

PuroMarketing. (29 de septiembre de 2021). TikTok llega ya a las cifras récord: ya tiene 1.000 millones de usuarios activos en todo el mundo. *PuroMarketing*. Recuperado de: <https://www.puromarketing.com/149/35721/tiktok-llega-cifras-record-tienemillones-usuarios-activos-todo-mundo> (consultado 22 marzo 2023).

Refojos, M. (28 de marzo de 2020). TikTok, la vía de escape de millones de personas durante la cuarentena. *El Periódico*. Recuperado de: <https://www.elperiodico.com/es/economia/20200328/tiktok-la-via-de-escape-de-millones-de-personas-durante-la-cuarentena-7908651> (consultado 22 marzo 2023).

Romero, L. (30 de noviembre de 2021). Ac2ality, el medio de comunicación en TikTok con más seguidores que 'The Washington Post'. *RTVE*. Recuperado de: <https://www.rtve.es/playz/20211130/ac2ality-medio-tiktok-mas-seguidores-the-washington-post/2235061.shtml> (consultado 6 abril 2023)

Ruiz, A. (22 de diciembre de 2022). Cómo utilizan TikTok los grandes medios de comunicación internacionales: mejores prácticas. *Marketing4ecommerce*. Recuperado de: <https://marketing4ecommerce.net/tiktok-ya-es-una-referencia-para-informarnos-de-la-actualidad-asi-lo-utilizan-los-grandes-medios/#:~:text=Medios%20con%20un%20mayor%20n%C3%BAmero,crear%20contenido%20espec%C3%ADfico%20para%20TikTok>. (consultado 5 abril 2023)

Ruiz, A. (1 de marzo de 2023). Top 20 Tiktokers con más seguidores en 2023 – Cuentas de TikTok más grandes. *Dexerto*. Recuperado de: <https://www.dexerto.es/entretenimiento/las-20-cuentas-de-tiktok-con-mas-seguidores-1439794/> (consultado 5 abril 2023)

Schellewald, A. (2021). Communicative forms on TikTok: Perspectives from digital ethnography. *International Journal of Communication*, 15, 21. Recuperado de: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/16414/3389> (consultado 26 marzo 2023).

Serrano, L. (27 de enero de 2022). La crisis del Donbás: ocho años de enfrentamientos y más de 14.000 muertos. *El Español*. Recuperado de: [https://www.elespanol.com/mundo/europa/20220127/crisis-donbas-anos-enfrentamientos-muertos/645435929\\_0.html](https://www.elespanol.com/mundo/europa/20220127/crisis-donbas-anos-enfrentamientos-muertos/645435929_0.html) (consultado 21 mayo 2023).

TikTok. (1 de agosto de 2018). Musical.ly and TikTok unite to debut new worldwide short-form video platform upgraded app, titled TikTok, now available globally. Tiktok.com. Recuperado de: <https://newsroom.tiktok.com/en-us/musical-ly-and> (consultado 12 marzo 2023).

Velasco, A. (12 de abril de 2021). Cuánto dinero tiene y en qué se lo gasta Zhang Yiming, el responsable de que todo el mundo baile ahora en TikTok. *GQ*. Recuperado de: <https://www.revistagq.com/noticias/articulo/cuanto-dinero-tiene-zhang-yiming> (consultado 22 marzo 2023).

Wang, S. (2021). Análisis del modelo comercial de la plataforma de vídeos cortos de TikTok. Recuperado de: <https://riunet.upv.es/handle/10251/172575> (consultado 30 marzo 2023).

Yang, Y., & Zilberg, I. E. (2020). Understanding Young Adults' TikTok Usage. *Dostupno na*. Recuperado de: <https://communication.ucsd.edu/files/undergrad/yang-yuxin-understanding-young-adults-tiktok-usage.pdf> (consultado 26 marzo 2023).

Zabala, J. P. (2022). Rusia y Ucrania: algunas claves históricas, identitarias y geopolíticas para entender la guerra. *Perspectivas*, (7). Recuperado de: <https://revistas.ucalp.edu.ar/index.php/Perspectivas/article/view/249/215> (consultado 24 abril 2023).

Zafra, M; Llaneras, K; Grasso, D. (2 de marzo de 2022). Los mapas del inicio de la guerra en Ucrania: la ofensiva rusa hasta el 28 de febrero. *El País*. Recuperado de: <https://elpais.com/internacional/2022-03-02/mapa-de-la-guerra-en-ucrania.html> (consultado 21 mayo 2023).

## Imágenes:

### Figura 1:

ByteDance. (2016). *TikTok* [logo]. <https://pixabay.com/es/illustrations/tiktok-logo-marca-app-logotipo-5962992/>

### Figura 2:

Musical.ly (2014). *Musical.ly* [logo]. [https://es.wikipedia.org/wiki/Musical.ly#/media/Archivo:Musical.ly\\_vector\\_logo.svg](https://es.wikipedia.org/wiki/Musical.ly#/media/Archivo:Musical.ly_vector_logo.svg)

### Figura 3:

Madeline Lu [@lu\_madeline]. (21 de febrero de 2023). *Summer nights in Santorini, Greece #tiktoktravel #fyp* [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCYoqw/>

### Figura 4:

Madeline Lu [@lu\_madeline]. (21 de febrero de 2023). *Summer nights in Santorini, Greece #tiktoktravel #fyp* [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCYoqw/>

### Figura 5:

Alex [don\_alexiz]. (7 de abril de 2023). *#Meme #viral #parati #fpy #humor* [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCJ26o/>

### Figura 6:

Vila, R. [@rosalia]. (14 de mayo de 2023). *Hhahajj ke nooo?????? @rawalejandro* [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxQwMmM/>

### Figura 7:

Lane, K. [@khaby.lane]. (19 de abril de 2023). *My brother, I can give you an apron for your birthday! #learnfromkhaby #comic* [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxQwYMA/>

**Figura 8:**

D'Amelio, C. [@charlidamelio]. (13 de mayo de 2023). *Dc @spencerrrrr :)* [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxC1Xtu/>

**Figura 9:**

Poarch, B. [@bellapoarch]. (8 de abril de 2023). *I have no rythm haha* [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxQ3Ukk/>

**Figura 10:**

Vitaliyf261. (s.f.). *Map of later Kyivan Rus (after the death of Yaroslav I in 1054)* [map]. <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=93773078>

**Figuras 11, 12:**

Ac2ality [@ac2ality]. (24 de febrero de 2022). *EMPIEZA LA GUERRA EN UCRANIA* Fuente: Marca @gabicampbellg #explicamelofacil #aprendecontiktok #noticiastiktok #noticiasfaciles #putin #rusia #ucrania #guerra [Vídeo]. TikTok. [https://www.tiktok.com/@ac2ality/video/7068232341231127855?\\_r=1&t=8cr77vvzxMI](https://www.tiktok.com/@ac2ality/video/7068232341231127855?_r=1&t=8cr77vvzxMI)

**Figura 13:**

Ac2ality [@ac2ality]. (3 de marzo de 2022). *“Esta no es mi guerra. Es la de Putin”.* [Vídeo]. TikTok. [https://www.tiktok.com/@ac2ality/video/7070934196566363438?\\_r=1&t=8cr7LOJqGlk](https://www.tiktok.com/@ac2ality/video/7070934196566363438?_r=1&t=8cr7LOJqGlk)

**Figuras 14, 15:**

Ac2ality [@ac2ality]. (28 de febrero de 2022). *ANONYMOUS DECLARA LA CIBERGUERRA A RUSIA* Fuente: Marca @gabicampbellg #explicamelofacil #aprendecontiktok #noticiastiktok #noticiasfaciles #anonymous #ucrania [Vídeo]. TikTok.

[https://www.tiktok.com/@ac2ality/video/7069756675561000238?\\_r=1&t=8cr7MTqxMWw](https://www.tiktok.com/@ac2ality/video/7069756675561000238?_r=1&t=8cr7MTqxMWw)

**Figuras 16, 17:**

Ac2ality [@ac2ality]. (3 de marzo de 2022). *El séptimo día de guerra* Fuente: BBC @gabicampbellg #explicamelofacil #aprendecontiktok #noticiastiktok #rusia #ucrania #greenscreen [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxQcB2R/>

**Figura 18, 19**

Ac2ality [@ac2ality]. (11 de octubre de 2022). *La venganza de Putin* Fuente: CNN y El Mundo @gabicampbellg #explicamelofacil #aprendecontiktok #noticiastiktok #noticiasfaciles #putin #ucrania [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxQo2mG/>

**Figura 20**

Ac2ality [@ac2ality]. (11 de octubre de 2022). *Una chica ucraniana graba como cae un misil ruso* [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxChpJS/>

**Figuras 21, 22:**

Ac2ality [@ac2ality]. (7 de septiembre de 2022). *Rusia corta el suministro de gas a Europa* Fuente: El Mundo @gabicampbellg #explicamelofacil #aprendecontiktok #noticiastiktok #rusia #putin [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCLVxd/>

**Figuras 23, 24:**

Ac2ality [@ac2ality]. (23 de junio de 2022). *Rusia amenaza a un país de la Unión Europea.* Fuente: RTVE #explicamelofacil #aprendecontiktok #RUSIA #ucrania #lituania #war #guerra [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxC8ScM/>

**Figuras 25, 26:**

Ac2ality [@ac2ality]. (14 de marzo de 2022). *RUSIA SE ACERCA A EUROPA* Fuente: RTVE @powpaums #explicamelofacil #guerraucrania #ataqueruso #noticias2022 #terceraquerramundial? [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxQcfe7/>

**Figuras 27, 28:**

Ac2ality [@ac2ality]. (22 de agosto de 2022). *Muere en un atentado la hija de un aliado de Putin. Fuente: BBC #explicamelofacil #aprendecontiktok #RUSIA #atentado #noticias* @Merymery [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCRWcs/>

**Figura 29:**

Brut. [@brutoficial]. (24 de febrero de 2022). *Vladimir #Poutine déclare la guerre à l'Ukraine.* #russie #ukraine [Vídeo]. TikTok. [https://www.tiktok.com/@brutoficial/video/7068211060829900037?\\_r=1&t=8cr8yPWh5xr](https://www.tiktok.com/@brutoficial/video/7068211060829900037?_r=1&t=8cr8yPWh5xr)

**Figura 30:**

Brut. [@brutoficial]. (26 de febrero de 2022). *Le président de l'Ukraine #Zelenski continue de 'exprimer depuis Kiev le 26 février et dément "qu'une évacuation est en cours".* #ukraine #russie [Vídeo]. TikTok. [https://www.tiktok.com/@brutoficial/video/7069000729335270661?\\_r=1&t=8cr959YT6LK](https://www.tiktok.com/@brutoficial/video/7069000729335270661?_r=1&t=8cr959YT6LK)

**Figura 31:**

Brut. [@brutoficial]. (27 de febrero de 2022). *Vladimir Poutine déclare mettre en alerte la "forcé de dissuasion" de l'armée russe, qui pourrait, selon l'AFP, comprendre une composante nucléaire.* [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCJS3D/>

**Figuras 32, 33:**

Brut. [@brutoficial]. (24 de febrero de 2022). *Les bombardements russes sur l'Ukraine ont débuté dans la nuit du 23 au 24 février. Voici les premières images.* #ukraine #russie [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxQ371k/>

**Figura 34:**

Brut. [@brutoficial]. (25 de febrero de 2022). *L'ennemi m'a désigné comme cible numéro un" assure le président de l'Ukraine #Zelenski le 25 février.* #ukraine #russie #ukrainewar [Vídeo]. TikTok. <https://www.tiktok.com/@brutoficial/video/7068611542819933445>

**Figura 35:**

Brut. [@brutoficial]. (26 de febrero de 2022). *En Ukraine, cette personne tente de bloquer un convoi militaire russe. Une vidéo comparée à celle-ci, filmée en 1989 en Chine. #ukraine #russie* [Védeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCeJC/>

**Figura 36:**

Brut. [@brutoficial]. (24 de febrero de 2022). *La Russie a pris le contrôle de la centrale de #Tchernobyl, selon la présidence ukrainienne. #ukraine #russie* [Védeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCV1Mk/>

**Figura 37:**

Brut. [@brutoficial]. (17 de marzo de 2023). *La Cour pénale internationale émet un mandat d'arrest contre Vladimir Poutine* [Védeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCHhNy/>

**Figura 38:**

Brut. [@brutoficial]. (3 de marzo de 2022). *Une semaine pile après le déclenchement de la guerre en Ukraine, le Prix de ces 5 matières premières a explosé. #russie #ukraine* [Védeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCHoby/>

**Figura 39:**

Brut. [@brutoficial]. (8 de marzo de 2022). *La Russie a placé la France dans une liste de pays "hostile". On t'explique pourquoi. #russie #ukraine* [Védeo]. TikTok. <https://www.tiktok.com/@brutoficial/video/7072797961775795462>

**Figura 40:**

Daily Mail [@dailymail]. (3 de marzo de 2022). *Reuters #dailymail #ukraine #russia #russiaconflict #news #protest #zelensky* [Védeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCy5V3/>

**Figura 41:**

Daily Mail [@dailymail]. (24 de febrero de 2022). *Putin has officially launched an all-out invasion of Ukraine : ViralPress #dailymail #ukraineUA #russia #putin #ukrainewar #missile* [Védeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCXnEw/>

**Figura 42:**

Daily Mail [@dailymail]. (25 de febrero de 2022). #ukraine #russia #putin #war #breakingnews #livecoverage #newscoverage #news #dailymail #ukraineupdates [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCbere/>

**Figura 43:**

Daily Mail [@dailymail]. (1 de marzo de 2022). Reuters #dailymail #russia #ukraine #kiev #kyiv #breakingnews #presidentzelensky [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxC4fwx/>

**Figura 44:**

Daily Mail [@dailymail]. (26 de febrero de 2022). Reuters #ukraine #russia #putin #war #breakingnews #livecoverage #newscoverage #news #dailymail #kiev #kyiv #hungry #reunion [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCV3Mp/>

**Figura 45:**

Daily Mail [@dailymail]. (24 de febrero de 2022). :Twitter/ Anton Gerashchenko #dailymail #ukraine #russia #putin #war #breakingnews #livecoverage #newscoverage #news #dailymail [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCfa4Q/>

**Figura 46:**

Daily Mail [@dailymail]. (26 de febrero de 2022). #greenscreen #ukraine #russia #putin #war #breakingnews #livecoverage #newscoverage #news #dailymail #Kiev #kyiv [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCgcBP/>

**Figura 47:**

Daily Mail [@dailymail]. (24 de febrero de 2022). #greenscreen #ukraine #russia #putin #war #breakingnews #livecoverage #newscoverage #news #dailymail #learnontiktok #dtatdm #Chernobyl [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCPCUR/>

**Figura 48:**

Daily Mail [@dailymail]. (21 de abril de 2023). *BREAKING: Putin's warplane accidentally bombs RUSSIAN city* #fyp #explosion #russia #ukraine #war #bomb [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxC9uQS/>

**Figura 49:**

Daily Mail [@dailymail]. (18 de marzo de 2022). *Credit: Polícia Slovenskej republiky* #dailymail #learnontiktok #ukraine #russia #news #worldnews [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCsUGo/>

**Figura 50:**

NowThis [@nowthis]. (25 de febrero de 2022). *The last words from a group of Ukrainian tropas defending an island outpost before they were fired upon by approaching Russian warships* [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCnteP/>

**Figura 51:**

NowThis [@nowthis]. (24 de febrero de 2022). *'We don't want to show [the children] that we're scared' – Ukrainians huddle in their local subway stations for shelter as Russia launches its attack* [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCTonM/>

**Figura 52:**

NowThis [@nowthis]. (14 de marzo de 2022). *Ukrainians in Melitopol squared off against Russian soldiers during protests against the reported kidnapping of the city's mayor* [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxX2CY7/>

**Figura 53:**

Daily Mail [@dailymail]. (1 de marzo de 2022). *Reuters* #dailymail #russia #ukraine #kiev #kyiv #breakingnews #presidentzelensky [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxC4fwx/>

**Figura 54:**

Daily Mail [@dailymail]. (26 de febrero de 2022). *Reuters* #ukraine #russia #putin #war #breakingnews #livecoverage #newscoverage #news #dailymail #kiev #kyiv #hungry #reunion [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCV3Mp/>

### Figura 55:

NowThis [@nowthis]. (28 de febrero de 2022). *A Ukrainian couple got married in #Kyiv as Russian forces invaded. Now, they're joining the fight.* [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCteeP/>

### Figura 56:

NowThis [@nowthis]. (7 de marzo de 2022). *Int'l volunteers are standing with Ukrainians as they fight the Russian invasión, whether by helping in the medical field or the battlefield* [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCWtas/>

### Figura 57:

NowThis [@nowthis]. (24 de febrero de 2022). *Locals in southern Russia had some strong feelings about Russia's invasion of #Ukraine, especially one guy who had some choice words for #Putin* [Vídeo]. TikTok. <https://www.tiktok.com/@nowthis/video/7068394443161881903?lang=es>

### Figura 58:

NowThis [@nowthis]. (24 de febrero de 2022). *Amidst Russia's invasion of Ukraine, Ukraine's UN ambassador tells Russia's ambassador 'war criminals...go straight to hell'* [Vídeo]. TikTok. <https://www.tiktok.com/@nowthis/video/7068325965935578414?lang=es>

### Figura 59:

NowThis [@nowthis]. (14 de marzo de 2022). *An employee of Russia's state-run Channel One interrupted a live broadcast protesting the war in Ukraine. She was reportedly arrested & questioned* [Vídeo]. TikTok. <https://www.tiktok.com/@nowthis/video/7075069070621822254?lang=es>

## Vídeos:

**Por número de visitas: descendente**

**Ac2ality**

1. Ac2ality [@ac2ality]. (24 de febrero de 2022). *EMPIEZA LA GUERRA EN UCRANIA* Fuente: Marca @gabicampbellg #explicamelofacil #aprendecontiktok #noticiastiktok #noticiasfaciles #putin #rusia #ucrania #guerra [Video]. TikTok. [https://www.tiktok.com/@ac2ality/video/7068232341231127855?\\_r=1&\\_t=8cr77vvzxMI](https://www.tiktok.com/@ac2ality/video/7068232341231127855?_r=1&_t=8cr77vvzxMI)
2. Ac2ality [@ac2ality]. (3 de marzo de 2022). “*Esta no es mi guerra. Es la de Putin*”. [Video]. TikTok. [https://www.tiktok.com/@ac2ality/video/7070934196566363438?\\_r=1&\\_t=8cr7LOJqGik](https://www.tiktok.com/@ac2ality/video/7070934196566363438?_r=1&_t=8cr7LOJqGik)
3. Ac2ality [@ac2ality]. (28 de febrero de 2022). *ANONYMOUS DECLARA LA CIBERGUERRA A RUSIA* Fuente: Marca @gabicampbellg #explicamelofacil #aprendecontiktok #noticiastiktok #noticiasfaciles #anonymous #ucrania [Video]. TikTok. [https://www.tiktok.com/@ac2ality/video/7069756675561000238?\\_r=1&\\_t=8cr7MTqxMWw](https://www.tiktok.com/@ac2ality/video/7069756675561000238?_r=1&_t=8cr7MTqxMWw)
4. Ac2ality [@ac2ality]. (3 de marzo de 2022). *El séptimo día de guerra* Fuente: BBC @gabicampbellg #explicamelofacil #aprendecontiktok #noticiastiktok #rusia #ucrania #greenscreen [Video]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxQcB2R/>
5. Ac2ality [@ac2ality]. (11 de octubre de 2022). *La venganza de Putin* Fuente: CNN y El Mundo @gabicampbellg #explicamelofacil #aprendecontiktok #noticiastiktok #noticiasfaciles #putin #ucrania [Video]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxQo2mG/>
6. Ac2ality [@ac2ality]. (11 de octubre de 2022). *Una chica ucraniana graba como cae un misil ruso* [Video]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxChpJS/>

7. Ac2ality [@ac2ality]. (7 de septiembre de 2022). *Rusia corta el suministro de gas a Europa* Fuente: *El Mundo* @gabicampbellg #explicamelofacil #aprendecontiktok #noticiastiktok #rusia #putin [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCLVxd/>
8. Ac2ality [@ac2ality]. (23 de junio de 2022). *Rusia amenaza a un país de la Unión Europea*. Fuente: *RTVE* #explicamelofacil #aprendecontiktok #RUSIA #ucrania #lituania #war #guerra [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxC8ScM/>
9. Ac2ality [@ac2ality]. (14 de marzo de 2022). *RUSIA SE ACERCA A EUROPA* Fuente: *RTVE* @powpaums #explicamelofacil #guerraucrania #ataqueruso #noticias2022 #terceraquerramundial? [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxQcfe7/>
10. Ac2ality [@ac2ality]. (22 de agosto de 2022). *Muere en un atentado la hija de un aliado de Putin*. Fuente: *BBC* #explicamelofacil #aprendecontiktok #RUSIA #atentado #noticias @Merymery [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCRWcs/>

## **Brut.**

1. Brut. [@brutoficiel]. (24 de febrero de 2022). *Vladimir #Poutine déclare la guerre à l'Ukraine*. #russie #ukraine [Vídeo]. TikTok. [https://www.tiktok.com/@brutoficiel/video/7068211060829900037?\\_r=1&t=8cr8yPWh5xr](https://www.tiktok.com/@brutoficiel/video/7068211060829900037?_r=1&t=8cr8yPWh5xr)
2. Brut. [@brutoficiel]. (26 de febrero de 2022). *Le président de l'Ukraine #Zelenski continue de 'exprimer depuis Kiev le 26 février et dément "qu'une évacuation est en cours"*. #ukraine #russie [Vídeo]. TikTok. [https://www.tiktok.com/@brutoficiel/video/7069000729335270661?\\_r=1&t=8cr959YT6LK](https://www.tiktok.com/@brutoficiel/video/7069000729335270661?_r=1&t=8cr959YT6LK)

3. Brut. [@brutofficiel]. (27 de febrero de 2022). *Vladimir Poutine déclare mettre en alerte la “forcé de dissuasion” de l’armée russe, qui pourrait, selon l’AFP, comprendre une composante nucléaire.* [Védeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCJS3D/>
4. Brut. [@brutofficiel]. (24 de febrero de 2022). *Les bombardements russes sur l’Ukraine ont débuté dans la nuit du 23 au 24 février. Voici les premières images.* #ukraine #russie [Védeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxQ371k/>
5. Brut. [@brutofficiel]. (25 de febrero de 2022). *L’ennemi m’a désigné comme cible numéro un” assure le président de l’Ukraine #Zelenski le 25 février.* #ukraine #russie #ukrainewar [Védeo]. TikTok. <https://www.tiktok.com/@brutofficiel/video/7068611542819933445>
6. Brut. [@brutofficiel]. (26 de febrero de 2022). *En Ukraine, cette personne tente de bloquer un convoi militaire russe. Une vidéo comparée à celle-ci, filmée en 1989 en Chine.* #ukraine #russie [Védeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCCeJC/>
7. Brut. [@brutofficiel]. (24 de febrero de 2022). *La Russie a pris le contrôle de la centrale de #Tchernobyl, selon la présidence ukrainienne.* #ukraine #russie [Védeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCV1Mk/>
8. Brut. [@brutofficiel]. (17 de marzo de 2023). *La Cour pénale internationale émet un mandat d’arret contre Vladimir Poutine* [Védeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCHhNy/>
9. Brut. [@brutofficiel]. (3 de marzo de 2022). *Une semaine pile après le déclenchement de la guerre en Ukraine, le Prix de ces 5 matières premières a explosé.* #russie #ukraine [Védeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCHoby/>

10. Brut. [@brutoficiel]. (8 de marzo de 2022). *La Russie a placé la France dans une liste de pays "hostile". On t'explique pourquoi.* #russie #ukraine [Vídeo]. TikTok. <https://www.tiktok.com/@brutoficiel/video/7072797961775795462>

## Daily Mail

1. Daily Mail [@dailymail]. (3 de marzo de 2022). *Reuters* #dailymail #ukraine #russia #russiaconflict #news #protest #zelensky [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCy5V3/>
2. Daily Mail [@dailymail]. (24 de febrero de 2022). *Putin has officially launched an all-out invasion of Ukraine : ViralPress* #dailymail #ukraineUA #russia #putin #ukrainewar #missile [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCXnEw/>
3. Daily Mail [@dailymail]. (25 de febrero de 2022). #ukraine #russia #putin #war #breakingnews #livecoverage #newscoverage #news #dailymail #ukraineupdates [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCbere/>
4. Daily Mail [@dailymail]. (1 de marzo de 2022). *Reuters* #dailymail #russia #ukraine #kiev #kyiv #breakingnews #presidentzelensky [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxC4fwx/>
5. Daily Mail [@dailymail]. (26 de febrero de 2022). *Reuters* #ukraine #russia #putin #war #breakingnews #livecoverage #newscoverage #news #dailymail #kiev #kyiv #hungry #reunion [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCV3Mp/>
6. Daily Mail [@dailymail]. (24 de febrero de 2022). :Twitter/ Anton Gerashchenko #dailymail #ukraine #russia #putin #war #breakingnews #livecoverage #newscoverage #news #dailymail [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCfa4Q/>

7. Daily Mail [@dailymail]. (26 de febrero de 2022). *#greenscreen #ukraine #russia #putin #war #breakingnews #livecoverage #newscoverage #news #dailymail #Kiev #kyiv* [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCgcBP/>
8. Daily Mail [@dailymail]. (24 de febrero de 2022). *#greenscreen #ukraine #russia #putin #war #breakingnews #livecoverage #newscoverage #news #dailymail #learntiktok #dtatdm #Chernobyl* [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCPCUR/>
9. Daily Mail [@dailymail]. (21 de abril de 2023). *BREAKING: Putin's warplane accidentally bombs RUSSIAN city #fyp #explosion #russia #ukraine #war #bomb* [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxC9uQS/>
10. Daily Mail [@dailymail]. (18 de marzo de 2022). *Credit: Polícia Slovenskej republiky #dailymail #learntiktok #ukraine #russia #news #worldnews* [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCsUGo/>

## NowThis

1. NowThis [@nowthis]. (25 de febrero de 2022). *The last words from a group of Ukrainian tropas defending an island outpost before they were fired upon by approaching Russian warships* [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCnteP/>
2. NowThis [@nowthis]. (24 de febrero de 2022). *'We don't want to show [the children] that we're scared' – Ukrainians huddle in their local subway stations for shelter as Russia launches its attack* [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCtonM/>
3. NowThis [@nowthis]. (14 de marzo de 2022). *Ukrainians in Melitopol squared off against Russian soldiers during protests against the reported kidnapping of the city's mayor* [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxX2CY7/>

4. NowThis [@nowthis]. (25 de febrero de 2022). *Russian tropas have taken Chernobyl, the site of the worst nuclear disaster ever & one of the most radioactive spots in the world* [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxXRB7E/>
5. NowThis [@nowthis]. (10 de marzo de 2022). *In footage released from the Ukrainian State Emergency Services, a crew appears to carefully defuse an unexploded bomb from a reported fighter jet* [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCvkjx/>
6. NowThis [@nowthis]. (28 de febrero de 2022). *A Ukrainian couple got married in #Kyiv as Russian forces invaded. Now, they're joining the fight.* [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCteeP/>
7. NowThis [@nowthis]. (7 de marzo de 2022). *Int'l volunteers are standing with Ukrainians as they fight the Russian invasión, whether by helping in the medical field or the battlefield* [Vídeo]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGJxCWtas/>
8. NowThis [@nowthis]. (24 de febrero de 2022). *Locals in southern Russia had some strong feelings about Russia's invasion of #Ukraine, especially one guy who had some choice words for #Putin* [Vídeo]. TikTok. <https://www.tiktok.com/@nowthis/video/7068394443161881903?lang=es>
9. NowThis [@nowthis]. (24 de febrero de 2022). *Amidst Russia's invasion of Ukraine, Ukraine's UN ambassador tells Russia's ambassador 'war criminals...go straight to hell'* [Vídeo]. TikTok. <https://www.tiktok.com/@nowthis/video/7068325965935578414?lang=es>
10. NowThis [@nowthis]. (14 de marzo de 2022). *An employee of Russia's state-run Channel One interrupted a live broadcast protesting the war in Ukraine. She was reportedly arrested & questioned* [Vídeo]. TikTok. <https://www.tiktok.com/@nowthis/video/7075069070621822254?lang=es>