

María Alcolea Parra^{1,2} Víctor Núñez Fernández²,
¹Universidad Complutense de Madrid, ²Universidad a Distancia de Madrid

Objetivos

El objeto de estudio se centra en el análisis y **estado de la cuestión de la existencia del perfil de la red social TikTok** en el ámbito privado universitario español.

Objetivo General

- Explorar la experiencia de las universidades en la red social TikTok

Objetivos específicos

- Hacer un estudio cuantitativo de la inserción de la red social TikTok como herramienta de comunicación institucional y corporativa.
- Realizar una comparativa con la red social Instagram para evaluar la importancia de las redes sociales a nivel comunicativo.

Estado de la investigación y Metodología

- Artículos científicos recientes 2016-2021
- Capítulos de libro.
- Webs especializadas

Revisión de la literatura

Investigación descriptiva y analítica

- Determinar las acciones que realizan las universidades con TikTok e Instagram..
- Análisis de variables a través de Ninjalitics, Metricool y Popsters.

- Se determina que no hay ninguna universidad pública en España (50) que posea perfil en TikTok.
- Tan solo 2 universidades privadas poseen TikTok (35).

Conclusiones

Los **objetivos próximos a cumplir** se centran, en:

- 1) Plantear posibles estrategias de comunicación y *marketing* a través del uso de TikTok para las universidades privadas españolas.
- 2) Análisis de nuevas variables que van surgiendo a través del cambio del comportamiento de los usuarios a raíz de la COVID-19.

Descargas de TikTok en España de 2018 a enero de 2021

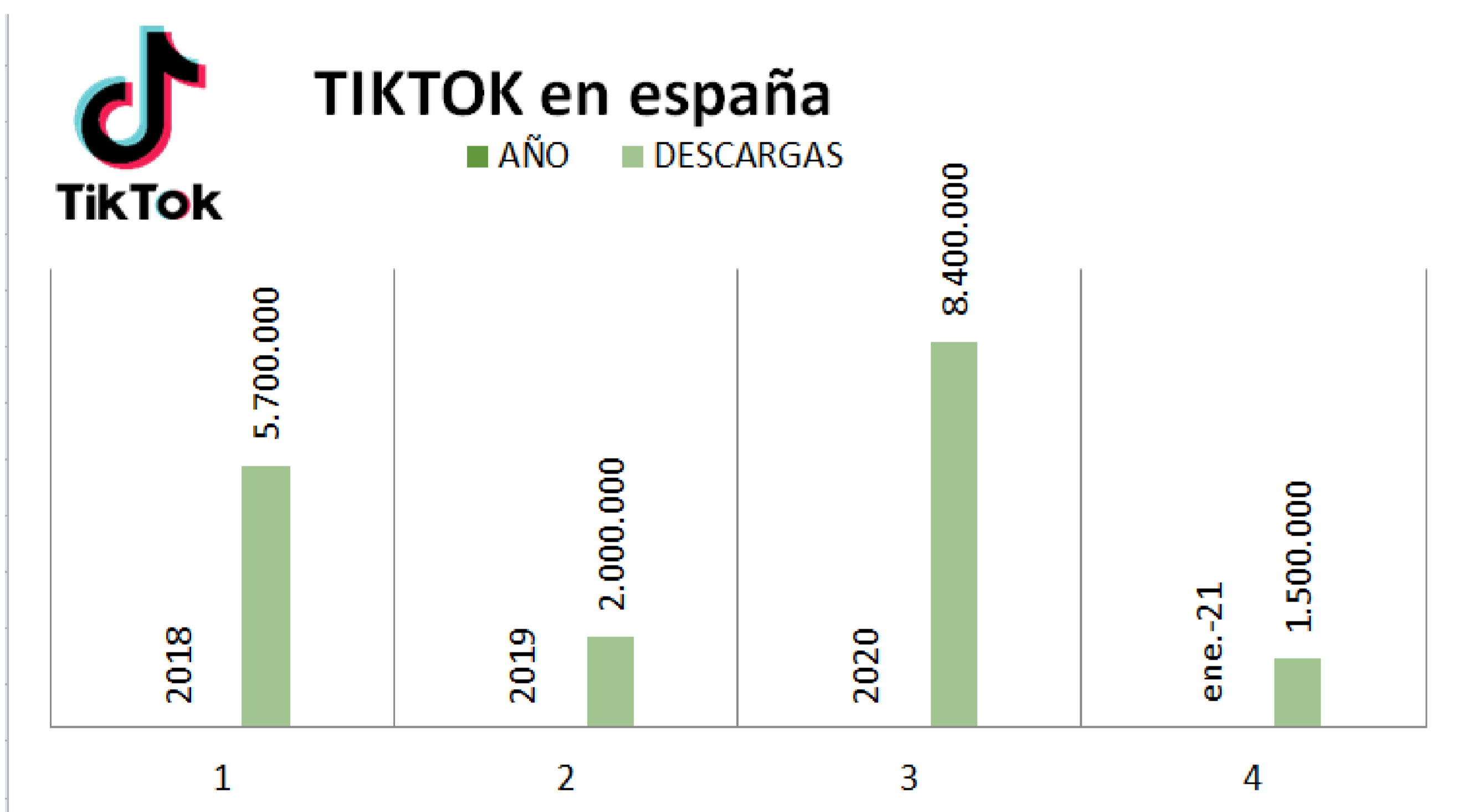


Imagen 1. Elaboración propia.2020. Datos de: Statista (<https://es.statista.com/>)

Contribuciones esperadas

Con el desarrollo de la investigación se esclarecerá el estado de la cuestión de la red social TikTok en las 35 universidades privadas españolas, y se determinará la importancia de pertenencia a esta red debido al uso que realizan los jóvenes y al auge que ha tenido en nuestro país con más de **17 millones de descargas en menos de 3 años**.

TikTok surge como un nuevo marco de comunicación y diálogo social para las universidades en España.



Imagen 3: Código bidi: ejemplo uso de TikTok por la universidad de Salamanca.(USAL).

Análisis red social Instagram 2019 vs 2020

Universidad	Cuenta	Fecha de creación	Seguidores 2019	Seguidos 2019	Seguidores 2020	Seguidos 2020
Cunef	@cunef	03/2014	2137	90	3215	83
Esic	@esicbusinessschool	11/2012	8541	1834	16200	1375
IE University	@ieuniversity	12/2013	9901	341	23500	403
Universidad Abad Oliva CEU	@uaoceu	03/2016	1708	213	2610	214
Universidad Camilo José Cela	@ucjc_universidad	10/2016	4280	798	6048	850
Universidad Cardenal Herrera - CEU	@uchceu	06/2014	7043	578	10500	642
Universidad Católica de Ávila	@ucavila	10/2014	2216	922	3752	1285
Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir	@ucv_es	04/2013	6152	390	8163	502
Universidad Católica San Antonio de Murcia	@ucam_universidad	02/2014	35200	764	48300	1018
Universidad de Alfonso X El Sabio	@uax_ig	05/2015	7403	115	12300	158
Universidad de Antonio de Nebrija	@universidad_nebrija	10/2012	11700	1299	17400	1281
Universidad de Deusto	@udeusto	10/2014	6127	354	8626	460
Universidad de Navarra	@universidaddenavarra	09/2013	14500	86	23500	90
Universidad Europea de Canarias	@ueuropea	07/2013	18600	4170	26500	4110
Universidad Europea de Madrid	@ueuropea	07/2013	18600	4170	26500	4110
Universidad Europea de Valencia	@ueuropea	07/2013	18600	4170	26500	4110
Universidad Europea del Atlántico	@uneatlantico	01/2016	3804	1036	5280	1085
Universidad Europea Miguel de Cervantes	@uemc	05/2015	1968	159	3288	159
Universidad Fernando Pessoa-Canarias	@ufpcanarias	04/2017	6241	48	6490	11
Universidad Francisco de Vitoria	@ufvmadrid	02/2013	10500	1179	13700	1265
Universidad Internacional de Cataluña	@uicbarcelona	09/2012	5638	103	8058	110
Universidad Internacional de la Rioja	@uniruniversidad	01/2016	11200	1139	32600	1691
Universidad Internacional de Valencia	@universidadviu	02/2017	9345	101	19800	106
Universidad Internacional Villanueva	@villanuevauni	06/2016	1910	332	2976	103
Universidad Isabel I	@ui1universidad	10/2016	2508	341	3567	374
Universidad Loyola Andalucía	@loyolaand	06/2015	2766	34	4084	39
Universidad Mondragón	@munibertsitatea	12/2014	2619	875	3298	855
Universidad Oberta de Cataluña	@uocuniversitat	10/2015	13300	5820	21100	5663
Universidad Pontificia de Comillas	@ucomillas	12/2014	4429	278	6668	710
Universidad Pontificia de Salamanca	@upsa_salamanca	08/2018	1573	121	3169	135
Universidad Ramón Llull	No tiene	No tiene	No tiene	No tiene	1400	112
Universidad San Jorge	@universidadsanjorge	12/2015	2212	175	3380	266
Universidad San Pablo-CEU	@universidad_ceu_sanpablo	12/2016	4221	129	9566	47
Universidad Udima	@universidad_udima	10/2014	3685	594	7190	633
Universidad VIC	@uvic_ucc	09/2013	8039	307	9091	347

Imagen 2: Tabla *followers* Instagram 2019 vs 2021. Fuente: elaboración propia.

Conclusiones

- 1) En 2012 solo un **8,7%** de las universidades privadas españolas poseían un perfil en Instagram. En 2020 el 100% posee un perfil institucional.
- 2) Este estudio determina que solo el **5,7%** de las universidades privadas españolas (universidad de Salamanca e IE University) están utilizando el potencial comunicativo de TikTok en 2021.
- 3) Si TikTok continúa la tendencia en alza, se le augura un futuro prometedor y se establece como futura línea de investigación la siguiente hipótesis: Instagram ha tardado 8 años en que todas las universidades privadas españolas tengan un perfil corporativo, con la rapidez que avanza TikTok en 3 años puede alcanzar el mismo recorrido e incluso superarlo.

Contacto

María Alcolea Parra
Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA)
maría.alcolea@udima.es

References

1. Abajo, M.; Hernández, S.; Madrid, S. (2018). "Domina las redes sociales". Ed: CEF.
2. Olivares, F.; Méndez, 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*, 243-252.
3. Ortega, L.; Vilchis, M. y Romero, G. (2020). El consumo cultural en la era digital. Estudio de caso: TikTok durante la pandemia COVID-19.
4. IAB Spain. (2020). Top tendencias digitales 2020. Recuperado de <https://bit.ly/2NaGCTH>.
5. Quiroz, N. T. (2020). TikTok. *Revista Argentina de Estudios de Juventud*, (14), e044-e044.
6. Simancas-González, E. y García-López, M. (2017). "Gestión de la comunicación en las universidades públicas españolas". *El profesional de la información*, 26(4), pp. 735-744. doi: 10.3145/epi.2017.jul.17
7. Statista (2020). Frecuencia de uso de TikTok por los usuarios de redes sociales en España en 2020. Recuperado de <https://bit.ly/38N790V>