# La comunicación multiplataforma, una estrategia de contenido expansivo en TikTok para el programa Deportes TRO

**Natalia Montañez López**

**Asesor**

**Juan Carlos Luján Sáenz**

**Magíster en Comunicación Transmedia**

**Corporación Universitaria Lasallista**

**Facultad de Ciencias Sociales y Educación**

**Programa Comunicación y Periodismo**

**Caldas, Antioquia**

**2026**

## Agradecimientos

Quiero agradecer primeramente a Dios por sostenerme, darme la fortaleza y guiar cada uno de mis pasos en el camino, por acompañare en el proceso y los retos que implicó la realización de este trabajo de grado, por permitirme elegir y estudiar esta carrera que tanto amo, por alcanzar este primer sueño de muchos.

A mis padres, Henry y Lorena, por sus sacrificios silenciosos, por su amor y apoyo incondicional, por los valores que me enseñaron desde pequeña y que hoy hacen de mí la persona que soy, por creer en mí. Ellos son el pilar fundamental de mi vida, agradezco y tengo la fortuna de tenerlos como padres, estoy orgullosa de ustedes y los amo mucho.

A Catalina, mi hermanita, mi gran compañera, la que tanto anhelaba desde pequeña, su sonrisa y alegría siempre me acompaña y me anima a seguir adelante, a continuar siendo una gran persona y un gran ejemplo para ella.

A German, mi novio, por hacer parte de esta historia, por su amor, por apoyarme y su constante compañía. Gracias por creer en mí y en cada uno de mis sueños, por impulsarme y compartir conmigo la alegría de alcanzar esta meta.

A cada uno de mis familiares que siempre apostaron por mí aun estando lejos de casa, a mi tía Liliana por recibirme y acompañarme en una nueva ciudad grande para mí, a mi abuelito Hernán en el cielo que sé que estará orgulloso de mí. Prometo convertirme en la mejor periodista deportiva, así como siempre me lo decías.

A mi mejor amiga Jurlyn, quien me acompañó en todo este proceso y fue la primera amiga que hice en la universidad, nuestros nombres quedaran grabados por siempre en cada uno de los trabajos que realizamos juntas, espero con ansias también cumplas todo aquello que hablamos. A su hermana Juli también porque ambas fueron mi hogar estando lejos de casa, las quiero mucho.

A Lucas, mi perrito, por acompañarme en cada noche de trabajo y estudio mientras escribía esta tesis.

A mis compañeros que se cruzaron en mi camino universitario por cada aprendizaje, por cada risa y cada momento compartido.

A cada uno de mis profesores de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación, especialmente a la profe Lina y a la profe Clara por sus clases y cada una de sus enseñanzas, por hacer de mí una gran profesional. Al profe Luján que a pesar de que no tuve la oportunidad de que me diera clase, me acompañó durante este proceso como asesor y nunca me dejó sola.

Al Canal TRO por abrirme las puertas en mi ciudad, por ser mi primera experiencia en este mundo laboral que inicio, a cada una de las personas que conforman esta gran familia, a ese grupo de profesionales que siempre estuvieron dispuestos a enseñarme y a trabajar en equipo, espero nos encontremos en el camino.

Y, por último, pero no menos importante me agradezco a mí, por atreverme a irme de casa a los 17 años a cumplir mis sueños, por cada una de las experiencias que marcaron mi camino, por cada enseñanza y cada desafío que contribuyeron a mi crecimiento personal, laboral y que hoy me traen aquí. Porque como la frase que siempre digo “todo pasa por algo” estoy segura de que cada una de esas cosas que pasaron tenían que suceder, que Dios tiene un propósito para mí.

Agradezco por no rendirme a pesar de las dificultades, por confiar en mí incluso en los momentos en los que dudé de mis capacidades, por seguir adelante cuando el camino parecía difícil y, sobre todo, por cumplirle a aquella versión de mí que un día soñó con llegar hasta aquí. Hoy miro hacia atrás y puedo decir con orgullo que todo el esfuerzo valió la pena. Este logro también es mío, y me recuerda que soy capaz de alcanzar todo aquello que me proponga.

Y como dijo mi cantante favorita desde que tengo uso de razón, Martina Stoessel, “cree en lo que haces, no pares, no pares. No, no, no te rindas jamás, lo que sueñes se cumplirá, confía en ti y lo lograrás, siempre brillarás”.

## Resumen

El presente trabajo de grado propone el diseño de una estrategia de comunicación multiplataforma para el programa Deportes TRO del canal regional TRO, cuyo rango son los departamentos de Santander y Norte de Santander, en el oriente de Colombia, enfocada en la creación de contenido expansivo en la plataforma TikTok. El objetivo general se centra en estructurar una estrategia comunicativa especializada que permita alinear y fortalecer de una manera pertinente los nuevos medios y la narrativa deportiva tradicional de la televisión lineal a los nuevos hábitos de consumo digital de las actuales audiencias.

La metodología del proyecto contempla primeramente una fase inicial de diagnóstico y selección de deportistas y anécdotas, seguida de una etapa de reportería para la recolección de historias biográficas de atletas regionales de Norte de Santander. Posteriormente, se procederá a la producción y posproducción de 10 contenidos (edición de clips de videos de corta duración de 40 a 60 segundos), optimizados mediante el uso de metadatos y palabras claves para favorecer su posicionamiento orgánico en el algoritmo de TikTok.

En cuanto a los resultados esperados, se busca que todas las piezas producidas cumplan con estándares de calidad profesional, logrando transformar el registro audiovisual en activos digitales de alto impacto. El proyecto pretende, socialmente, fortalecer la identidad regional y democratizar el acceso a las historias de los deportistas locales, fomentando una comunidad digital que reconozca el mérito deportivo.

Se concluye que la transición tecnológica hacia formatos verticales y de consumo rápido es fundamental para que la televisión pública mantenga su relevancia, reduciendo la brecha entre las audiencias jóvenes sin sacrificar la rigurosidad informativa.


**Palabras clave:** comunicación multiplataforma, contenido expansivo, TikTok, deporte regional, identidad cultural.

## Abstract

This thesis proposes the design of a multiplatform communication strategy for the Deportes TRO program on the regional channel, which covers the departments of Santander and Norte de Santander. The strategy focuses on creating expansive content for the TikTok platform. The overall objective is to structure a specialized communication approach that effectively aligns and strengthens new media, traditional sports narratives from linear television, and the evolving digital consumption habits of current audiences.

The project methodology begins with an initial phase of diagnosis and selection of athletes and anecdotes, followed by a reporting phase to gather biographical stories of regional athletes from Norte de Santander. Subsequently, 10 pieces of content (short video clips of 40 to 60 seconds) will be produced and post-produced, optimized using metadata and keywords to improve their organic ranking on the TikTok algorithm.

Regarding the expected results, the goal is for all produced content to meet professional quality standards, transforming audiovisual material into high-impact digital assets. Socially, the project aims to strengthen regional identity and democratize access to the stories of local athletes, fostering a digital community that recognizes sporting merit.

It is concluded that the technological transition toward vertical and fast-paced formats is essential for public television to maintain its relevance, reducing the gap with young audiences without sacrificing journalistic rigor.


**Keywords:** multiplatform communication, expansive content, TikTok, regional sport, cultural identity.

# Tabla de contenido

Introducción ..... 9
Planteamiento del problema ..... 11
Justificación ..... 14
Objetivos ..... 16
    Objetivo general ..... 16
    Objetivos específicos ..... 16
Alcance y limitaciones ..... 17
Marco teórico ..... 19
    Marco conceptual ..... 21
        *Conceptos relacionados* ..... *22*
Metodología ..... 25
Resultados ..... 28
Conclusiones y recomendaciones ..... 29
Referencias ..... 31

## Glosario

**Comunicación multiplataforma:** es el uso de varios canales y dispositivos, como redes sociales, medios análogos o páginas web, para comunicar un mensaje según la naturaleza de cada plataforma. Sus claves son la adaptación del contenido, el alcance amplio y la integración.

**Contenido expansivo:** es aquel que agrega datos, nuevas historias, personajes, situaciones o perspectivas a un universo narrativo, lo que permite que este se expanda a través de diferentes medios y plataformas sin limitarse a una simple adaptación.

**Narrativa transmedia:** estrategia narrativa donde una historia se despliega a través de múltiples plataformas y formatos (cine, cómics, videojuegos o redes sociales), y donde cada medio hace lo que mejor sabe hacer alrededor.

**Scroll:** un *scroll*, en tecnología, se refiere a la acción de mover contenido de una pantalla hacia arriba o hacia abajo, y, en ocasiones, de forma lateral para visualizar partes no visibles inicialmente.

**Formato audiovisual:** son las diversas maneras en las que se puede presentar contenido que combina imágenes y sonido. Estos formatos determinan cómo se estructura y distribuye la información visual y auditiva para captar la atención del espectador y transmitir un mensaje de manera efectiva.

**Plataforma:** entorno digital (como una aplicación o sitio web) que permite a las personas conectarse, interactuar y compartir información en línea. Funciona como un punto de encuentro virtual que facilita el intercambio de mensajes, voz y video entre usuarios de forma rápida.

**Medios de comunicación:** instrumentos o canales que se utilizan para transmitir, intercambiar y recibir información. Su propósito fundamental es conectar a un emisor con uno o más receptores, permitiendo moldear la cultura y la opinión pública a través de la educación, el entretenimiento o la publicidad.

**Canal:** medio o soporte, análogo o digital, por el cual se transmite un mensaje desde un emisor hasta un receptor. Es una pieza determinante para que el mensaje llegue a su destino.

**Televisión lineal:** es el sistema tradicional de televisión por cable, satélite o "por aire". Se usa el término ‘televisión lineal’ para referirse a la forma en que se consume el contenido televisivo.

# Introducción

El periodismo deportivo contemporáneo atraviesa una fase de transición fundamental, donde la hegemonía de la televisión lineal se ve desafiada por arquitecturas digitales que exigen nuevas formas de narrar. En este escenario, el concepto de comunicación multiplataforma emerge no solo como una tendencia, sino como una solución estructural para medios regionales como el Canal TRO (Televisora Regional del Oriente de Colombia). En ese sentido, la presente propuesta aborda la integración del programa Deportes TRO en la plataforma TikTok, reconociendo que el ecosistema mediático actual está definido por una interacción constante con una ciudadanía que consume información de manera vertical y acelerada, lo que obliga a las instituciones públicas y más a los medios de comunicación a repensar sus flujos de trabajo tradicionales.

El punto de partida de este estudio es el reconocimiento de una brecha técnica y narrativa: mientras la televisión tradicional mantiene ritmos de emisión fijos, los usuarios digitales operan bajo dinámicas de "*scroll* infinito", donde la información debe ser localizable y perdurable en cuestión de segundos. Esta realidad sitúa al programa ante el reto de transformar el registro audiovisual del día a día en un activo digital de alto impacto que no se pierda en el flujo constante de información, sino que sea indexado eficientemente para ser encontrado por audiencias jóvenes en sus dispositivos móviles. Por ello, el problema central que motiva este trabajo es la necesidad de diseñar una estrategia que permita al contenido deportivo regional trascender la pantalla convencional y expandirse de forma orgánica en el entorno digital.

Para dar respuesta a este desafío, el proyecto se plantea como objetivo general diseñar una estrategia de comunicación multiplataforma específicamente para TikTok, enfocada en la creación de contenidos expansivos que resalten la trayectoria de los atletas del departamento de Norte de Santander. El enfoque metodológico propuesto busca estandarizar la producción para asegurar que las piezas producidas alcancen estándares de calidad profesional, utilizando herramientas de edición móvil y estrategias de optimización como el uso de metadatos y palabras clave. De esta manera, la propuesta busca ser como un puente entre la rigurosidad periodística tradicional y la agilidad que demandan las nuevas plataformas de última generación.

Finalmente, el presente documento se estructura de manera lógica para reflejar el proceso de implementación de esta estrategia. Tras establecer las bases del problema y los objetivos, el trabajo describe una fase de planeación y diagnóstico donde se seleccionan las anécdotas rectoras del contenido. Posteriormente, se detalla el proceso de reportería y producción, que incluye la ejecución de entrevistas de consumo rápido y la edición de clips biográficos de corta duración. El cuerpo del trabajo concluye con una sección de sistematización de resultados, donde se analizan las métricas de las redes sociales para validar la efectividad de la propuesta y proponer conclusiones que fortalezcan la presencia digital del canal público.

## Planteamiento del problema

¿Cómo puede un medio de comunicación regional, cuya estructura ha sido históricamente lineal y estática, transformarse para sobrevivir y destacar en un ecosistema digital gobernado por la inmediatez y la fragmentación del contenido? Este interrogante define el núcleo del problema que enfrenta actualmente el programa Deportes TRO, el cual se encuentra en una encrucijada tecnológica y narrativa provocada por un cambio radical en los hábitos de consumo de la ciudadanía contemporánea, teniendo un alcance de aproximadamente 2.5 a 3 millones de hogares nortesantandereanos y santandereanos.

En la era actual, la información ya no se consume en bloques de horarios fijos. La atención humana se ha convertido en el recurso más escaso y valioso de la era digital. Para un canal regional, esta realidad representa un desafío crítico: si sus contenidos no logran capturar el interés del usuario en los primeros segundos de interacción, corren el riesgo de volverse irrelevantes frente a la oferta global masiva.

Esta mutación en los hábitos de consumo responde a un cambio estructural en el ecosistema audiovisual. La atención en la era digital es un recurso escaso debido a la fragmentación del consumo, tal como lo señala Rincón (2017), en el que las audiencias ya no dependen de horarios fijos, sino que programan sus propias experiencias digitales, lo que exige a los canales regionales capturar el interés de forma inmediata para no perder relevancia frente a la oferta global.

El problema se manifiesta específicamente en la desconexión existente entre la producción televisiva institucional y las lógicas de las plataformas de última generación como TikTok. Mientras que el Canal TRO ha mantenido una tradición de calidad en la televisión lineal, el ecosistema digital demanda dinámicas de "*scroll* infinito" y contenidos de alto impacto que se entreguen de manera inmediata. Esta brecha tecnológica genera que gran parte del registro audiovisual y las valiosas historias de los atletas de Norte de Santander queden atrapadas en

formatos que la audiencia joven ya no consume, perdiendo así la oportunidad de transformar esos relatos en activos digitales perdurables y localizables. Sin una estrategia multiplataforma clara, la trayectoria de los deportistas regionales no logra ser indexada eficientemente en los motores de búsqueda de las redes sociales, lo que resulta en una pérdida de visibilidad para el talento local frente al flujo constante de información.

A nivel técnico, la falta de una estrategia de contenido expansivo impide que el medio aproveche herramientas de edición móvil y estrategias de optimización que aseguren estándares de calidad profesional en el entorno digital. Actualmente, no existe un flujo de trabajo que garantice que todas las piezas producidas para redes sociales cumplan con los criterios necesarios para competir por lo menos con las vistas mínimas, lo que debilita la estrategia digital del canal y lo aleja de ser un competidor robusto en el mercado mediático actual. El reto de la retención de audiencia, especialmente en sectores demográficos jóvenes, requiere el diseño de clips de entre 40 a 60 segundos que utilicen metadatos y palabras clave estratégicas para asegurar que el mensaje llegue a su destino de manera orgánica y eficiente.

Desde una dimensión social, el problema trasciende lo técnico para afectar la construcción de la identidad regional en Norte de Santander. El deporte ha sido históricamente un eje transversal de cohesión, pero al no estar presente en las plataformas donde la comunidad digital habita, se está fallando en la función democratizadora de llevar historias de resiliencia y disciplina a todos los estratos sociales. Existe un vacío en la creación de un "espejo social" donde los ciudadanos puedan reconocerse en sus referentes positivos; los relatos de superación de los atletas locales corren el riesgo de ser silenciados por toda la avalancha de información que existe. A su vez, está también el fantasma de la desinformación o la información falsa predominante en las redes sociales, por lo que se requiere de un contenido verificado, riguroso y, sobre todo, fácil de entender bajo un lenguaje dinámico y cercano.

A su vez, la ausencia de una línea editorial definida en la red social TikTok fomenta una barrera entre el "ídolo" deportivo y la audiencia, impidiendo que la ciudadanía sea partícipe activa de la narrativa deportiva regional. Al no humanizar la figura del atleta mediante anécdotas e historias de vida adaptadas al lenguaje digital, se pierde la capacidad de motivar a las nuevas generaciones a ver en el deporte una vía de desarrollo personal, profesional y ser aspiracional para

los jóvenes. Por tanto, la televisión pública se encuentra ante la urgencia ética de adaptar sus formatos para cumplir con su responsabilidad de educar e informar mediante modelos inclusivos que rompan las barreras tradicionales de acceso a la cultura.

En conclusión, el planteamiento de este problema se centra en la necesidad de diseñar una estrategia de comunicación multiplataforma que reduzca la brecha entre la sección de deportes y las tendencias digitales aceleradas. El estudio busca solucionar la falta de una metodología ágil y clara para la creación de contenidos expansivos que permitan a Deportes TRO no solo informar, sino interactuar de manera directa y constante con una audiencia que demanda inmediatez sin sacrificar la rigurosidad periodística.

La propuesta, por lo tanto, se justifica con un ecosistema conformado por el Canal TRO, el Canal TRO Plus, la página web y las redes sociales, en el que la tecnología sea el vehículo para que el mensaje de superación y disciplina del deporte regional sea accesible, perdurable y transformador en el contexto del departamento de Norte de Santander.

## Justificación

En la actualidad, el consumo de información ha experimentado un cambio radical hacia la inmediatez y la fragmentación. Como señalan las teorías sobre la economía de la atención desarrolladas por Simon y analizadas en el contexto digital por Williams, la escasez de atención humana ha obligado a los medios a adaptar sus mensajes a formatos de consumo rápido. En el ecosistema actual, caracterizado por el *scroll* infinito, los usuarios demandan valor inmediato, lo que exige una evolución en canales tradicionales (Simon, 1971; Williams, 2018).

La implementación de TikTok como herramienta de difusión es importante para promover la expansión de contenidos. Se asegura que todas las piezas producidas cumplan con estándares de calidad audiovisual profesional, optimizando el uso de herramientas de edición móvil. Este enfoque permite que la información no solo sea consumida, sino que sea localizable y perdurable a través de estrategias de optimización que superan la naturaleza efímera y rígida de la televisión lineal, por lo que la tecnología se convierte así en el vehículo para transformar el registro audiovisual en activos digitales de alto impacto.

Desde una perspectiva de innovación, la creación de contenidos de 40 a 60 segundos aporta a la solución del reto de la retención de audiencia en sectores demográficos jóvenes. El uso de metadatos y palabras clave dentro de la plataforma permite que el programa Deportes TRO se posicione orgánicamente en los motores de búsqueda de las redes sociales, lo que garantiza que la trayectoria de los atletas regionales no se pierda en el flujo constante de información, sino que sea indexada de forma que el usuario pueda encontrarla de manera rápida y eficiente mientras navega en su dispositivo móvil.

Finalmente, esta transición tecnológica fortalece la infraestructura digital creando un flujo de trabajo ágil y competitivo. Al integrar el uso de plataformas de última generación, se reduce la brecha entre la producción televisiva clásica y las nuevas tendencias de consumo de contenido. El resultado es un ecosistema mediático robusto conformado por el Canal TRO, el Canal TRO Plus, la página web y las redes sociales donde la inmediatez no sacrifica la rigurosidad periodística, logrando una interacción directa y constante con la ciudadanía que consume información de manera vertical y acelerada.

El impacto social de este proyecto radica en la utilización del deporte como un eje transversal para el fortalecimiento de la identidad regional en Norte de Santander. El programa Deportes TRO, al expandirse hacia las redes sociales, cumple una función democratizadora al llevar historias de vida y superación a los espacios donde habita la comunidad digital. Este ejercicio de apoyo periodístico permite que relatos de resiliencia y disciplina, propios de los atletas locales, generen un "espejo social" donde los ciudadanos pueden reconocerse y encontrar referentes positivos dentro de su propio entorno geográfico y cultural. A través de la narrativa deportiva, se combate activamente la desinformación en entornos digitales al proporcionar datos verificados y perfiles biográficos rigurosos bajo un lenguaje dinámico y cercano.

El deporte actúa como una herramienta de cohesión social que, mediante clips de impacto, logra transmitir valores de disciplina y paz a los jóvenes de la región. Asimismo, la estrategia de contenido expansivo facilita la interacción directa entre el canal público y la audiencia, que facilita que la ciudadanía no solo sea receptora, sino partícipe de la narrativa deportiva. El uso de anécdotas e historias de vida humaniza la figura del atleta, eliminando la barrera entre el ídolo y el espectador, lo que fomenta una comunidad digital activa que apoya el talento local, impulsa el reconocimiento del mérito deportivo y motiva a las nuevas generaciones a encontrar en el deporte una vía legítima de desarrollo personal y profesional.

Por último, el proyecto asegura que la televisión pública cumpla con su responsabilidad ética de educar e informar mediante formatos inclusivos, al expandir historias de deportistas regionales al lenguaje de TikTok, lo que garantiza que el mensaje de resiliencia llegue a todos los estratos sociales, rompiendo barreras de acceso a la cultura deportiva.

# Objetivos

## Objetivo general

Diseñar una estrategia de comunicación multiplataforma de contenido expansivo en TikTok para el programa Deportes TRO**.**

## Objetivos específicos

- Identificar perfiles destacados de deportistas regionales para el programa.
- Establecer preguntas bases para la creación de contenidos expansivos con deportistas locales.
- Crear una línea editorial enfocada en contenidos multiplataforma y especializada en TikTok.

## Alcance y limitaciones

El alcance técnico del proyecto incluye la estandarización de procesos para asegurar que todos los productos cumplan con criterios de calidad profesional, utilizando herramientas de edición móvil y estrategias de optimización como el uso de metadatos y palabras clave para mejorar el posicionamiento orgánico en motores de búsqueda digitales. Asimismo, se aclara que el alcance del proyecto abarca la entrega de los contenidos bajo rigurosos estándares y validados directamente por el editor del medio, dejando la decisión final de su publicación en las plataformas supeditada a los criterios de emisión y programación del canal.

Cronológicamente, el desarrollo de esta propuesta y su implementación práctica se delimitan al periodo comprendido entre el 9 de marzo y el 4 de septiembre de 2026, siguiendo las fases de planeación, reportería, producción multimedia y sistematización de resultados. La población objetivo está constituida por la comunidad digital del Canal TRO, con especial énfasis en los sectores demográficos jóvenes que consumen información de manera vertical y acelerada, buscando transformar la interacción entre el medio público y la ciudadanía mediante un ecosistema mediático robusto y competitivo. Por tanto, el estudio no pretende abarcar otras redes sociales de manera principal, sino que se especializa en la arquitectura algorítmica de TikTok para potenciar la visibilidad del talento deportivo regional.

Una de las principales limitaciones de esta investigación es el factor temporal, ya que el desarrollo del proyecto está estrictamente ligado al cronograma de la práctica empresarial, la cual finalizó en septiembre de 2026. Esta ventana de tiempo limita la posibilidad de realizar un seguimiento longitudinal a largo plazo sobre el crecimiento de la audiencia o el impacto sostenido de la estrategia tras la culminación del periodo de intervención. Asimismo, el éxito de la fase de reportería depende enteramente de la disponibilidad y disposición de los atletas regionales para participar en las entrevistas de consumo rápido; cualquier dificultad en el acceso a estos perfiles destacados podría retrasar la fase de recolección de historias biográficas y la posterior producción de clips.

Desde el punto de vista técnico, el estudio enfrenta la limitación de la dependencia algorítmica de plataformas externas como TikTok, dado que la arquitectura de estas redes sociales está sujeta a cambios constantes y actualizaciones en sus criterios de viralidad y entrega de datos, por lo que los resultados obtenidos en términos de alcance y métricas podrían verse influenciados por factores ajenos al control de la investigadora. Además, el proyecto se enfoca en el uso de herramientas de edición móvil para agilizar el flujo de trabajo lo que, si bien favorece la inmediatez, podría representar una restricción en comparación con las capacidades de posproducción de un estudio televisivo tradicional de alta gama.

Finalmente, la falta de acceso a datos estadísticos previos y detallados sobre el comportamiento específico de la audiencia regional en TikTok dentro de las audiencias actuales sugiere que la sistematización de resultados se basará primordialmente en las métricas generadas durante la ejecución del proyecto.

## Marco teórico

El desarrollo de esta propuesta que vincula los medios de comunicación públicos con las dinámicas de las redes sociales exige un estudio profundo de las tendencias comunicacionales vigentes. La evolución acelerada de los hábitos de consumo de las audiencias, la transformación de las plataformas de comunicación móvil y la predominante necesidad de preservar la memoria e identidad de las regiones retan a las instituciones mediáticas a reconfigurar sus estructuras narrativas y flujos de producción. En este escenario, la interacción deja de ser un recurso secundario para convertirse en uno de los pilares estructurales del modelo comunicativo contemporáneo, transformando al espectador pasivo en un agente activo capaz de cocrear, retroalimentar y validar los relatos locales.

El presente marco teórico se edifica sobre la base de la revisión minuciosa de literatura relevante, selección de estudios, enfoques científicos y teorías críticas que proporcionan un contexto conceptual sólido e integral para la investigación. Así mismo, la organización lógica de este entramado conceptual se relaciona de forma directa y bidireccional con el problema de estudio, guiando el análisis metodológico, sirviendo como plataforma para la interpretación de los hallazgos multimedia del programa Deportes TRO y ofreciendo un marco de validación para las hipótesis de transferencia tecnológica. A través de las siguientes secciones, se desglosarán de manera sistemática las variables asociadas a la economía de la atención, la cultura de la convergencia, las narrativas transmedia y multiplataforma, y la función sociocultural del periodismo deportivo de proximidad en el fortalecimiento identitario regional.

El despliegue de una estrategia multiplataforma eficaz dentro de la televisión pública regional exige trascender definitivamente el modelo lineal para entender las dinámicas de participación de las audiencias jóvenes. La producción de contenidos expansivos para el programa de Deportes TRO no puede basarse en la simple réplica de fragmentos del programa emitidos en la pantalla tradicional. Por el contrario, requiere adaptar el relato a las lógicas nativas de los entornos digitales. Como bien analiza el teórico Carlos Alberto Scolari (2013) en su libro *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*; la evolución de los medios tradicionales hacia los ecosistemas interactivos no consiste en mudar el contenido, sino en comprender que “en

el ecosistema transmedia, el usuario es un prosumidor activo que exige narrativas breves, de consumo rápido y diseñadas para la plataforma donde habita" (p.42). Bajo este principio, la creación de clips biográficos verticales de 40 a 60 segundos en la cuenta de TikTok del Canal TRO deja de ser una simple herramienta de difusión técnica y se convierte en una estrategia de comunicación orientada a capturar la atención en el entorno digital del gran Santander (Norte de Santander y Santander), asegurando que el mérito de los atletas regionales no se pierda en el flujo constante del algoritmo.

La incorporación de nuevas plataformas tecnológicas en las rutinas de producción de la televisión pública regional no debe responder a una simple adaptación técnica o una moda corporativa, sino a una reconfiguración consciente del lenguaje periodístico. Al analizar la velocidad con la que las audiencias, sobre todo los jóvenes, interactúan en los entornos digitales, hace evidente que las estructuras narrativas tradicionales de la televisión lineal resultan insuficientes para capturar su interés, lo que obliga a los realizadores a migrar hacia modelos de diversificación mediática. De acuerdo con los planteamientos teóricos de Jenkins (2008) en su obra *Cultura de convergencia*, la cultura convergencia mediática no se reduce a un proceso puramente tecnológico donde los contenidos se unifican en un solo dispositivo, sino que representa un cambio cultural profundo donde los flujos de información se despliegan a través de múltiples sistemas de medios y las audiencias asumen el rol activo en la búsqueda de nuevas conexiones.

Bajo esta perspectiva teórica, la transición del programa Deportes TRO hacia un modelo expansivo en TikTok encuentra su justificación metodológica. La estrategia busca aprovechar la cultura de la convergencia para fragmentar de manera planificada el relato periodístico, permitiendo que la pantalla tradicional mantenga la cobertura informativa tradicional. La dosificación de la información a través de pequeñas cápsulas biográficas de los deportistas de Norte de Santander se convierte en una herramienta para garantizar la permanencia del mensaje público en entornos dominados por la interactividad masiva.

La transformación de las dinámicas de la difusión en la televisión pública regional no solo responde a presiones de carácter técnico u optimizaciones algorítmicas, sino que toca directamente la dimensión social y la responsabilidad ética del medio institucional frente a su comunidad. En el

contexto de Norte de Santander, el programa Deportes TRO se enfrenta al reto de usar plataformas de última generación como un canal para la democratización del acceso a la cultura, a la información y el reconocimiento del mérito deportivo local. Respecto a la función integradora y cultural que deben asumir las pantallas públicas en escenarios de alta fragmentación mediática, Jesús Martín Barbero (2002) argumenta lo siguiente:

> La televisión pública solo se justifica si es capaz de hacerse cargo de la complejidad cultural de las regiones, traduciendo la diversidad en relatos que fortalezcan el tejido social y la identidad colectiva. Su función primordial no es competir en las lógicas del mercado masivo ni clonar formatos comerciales, sino crear espacios de reconocimiento donde los ciudadanos, especialmente los jóvenes, puedan encontrar un espacio social que refleje sus propias realidades, sus conflictos y sus victorias cotidianas (p. 34).

Bajo esta perspectiva conceptual, el diseño de una línea comunicativa especializada en TikTok no representa un abandono de la misión institucional del Canal TRO (Televisión Regional del Oriente), sino a su evolución necesaria hacia los entornos donde la ciudadanía digital habita. Al humanizar la figura de los atletas nortesantandereanos mediante anécdotas y trayectorias de disciplina presentadas en microformatos se combate activamente el desarraigo cultural y la desinformación. La tecnología se convierte, de este modo, en el vehículo idóneo para descentralizar la narrativa deportiva tradicional, transformando el material periodístico bruto en activos digitales con un profundo sentido de cohesión social.

## Marco conceptual

La articulación de una estrategia de comunicación expansiva para el programa Deportes TRO requiere delimitar con precisión las variables operacionales, técnicas y sociales. Por esto, el marco conceptual no se concibe como un glosario aislado de definiciones estáticas, sino como un entramado de categorías interconectadas que permiten traducir las teorías de la comunicación digital en decisiones de producción aplicables a la redacción del canal en Cúcuta.

A través de este apartado, se examinan los fenómenos interactivos que reconfiguran la relación entre el medio público regional y las audiencias hiperconectadas, dotando a la propuesta de un sustento metodológico verificable que justifica la reconfiguración de los flujos de trabajo.

## Conceptos relacionados

Para entender el impacto real de las plataformas verticales en el periodismo deportivo de proximidad como señalan García e Ygarza (2021), es necesario desplazar el foco de las grandes élites mediáticas para concentrar el relato en las trayectorias de los atletas de la comunidad y la región, visibilizando así su impacto social directo. Para lograrlo, resulta indispensable clasificar las dimensiones operativas que regulan la circulación, optimización y apropiación de los contenidos audiovisuales en la red.

Estas dimensiones abarcan desde las interfaces técnicas que modifican el comportamiento del usuario contemporáneo hasta las estrategias narrativas empleadas para sintetizar la realidad biográfica de los sujetos de estudio.

### La economía de la atención y las nuevas arquitecturas digitales

La variable fundamental que justifica la migración de contenidos hacia la transformación de la capacidad de retención de las audiencias jóvenes es, precisamente, la economía de la atención y las nuevas arquitecturas digitales.

En el mercado comunicativo actual, la disputa principal entre los productores audiovisuales ya no se centra en la cobertura técnica de la señal o en la adquisición de equipos de emisión de alta gama, sino en el tiempo finito y escaso del usuario digital. De acuerdo con Mayer (2020), la sobreabundancia de estímulos visuales en los dispositivos móviles ha provocado una saturación cognitiva que obliga a los periodistas a replantear la estructura interna de sus relatos, garantizando la entrega de valor informativo desde los primeros tres segundos de reproducción para mitigar el abandono prematuro de la pieza audiovisual.

### El fenómeno del *scroll* infinito

Esta categoría técnica define el diseño de la interfaz de usuario **(**$UI$**)** característico de plataformas emergentes como TikTok, el cual ha sido estructurado conceptualmente para suprimir las fricciones espaciales y temporales implícitas en la navegación web tradicional.

Al suprimir el acto consciente de hacer clic para cambiar de página, el *scroll* infinito sumerge al receptor en un flujo de algoritmo automatizado donde cada fragmento de vida compite directa y agresiva con el siguiente estímulo en la pantalla. Para Deportes TRO, esta realidad técnica representa un desafío analítico inevitable: los contenidos biográficos de los deportistas regionales deben ser insertados de forma orgánica dentro de este flujo acelerado, sometiendo la narrativa clásica a una estructura de impacto inmediato que logre interrumpir el desplazamiento vertical del dedo del usuario en su terminal móvil.

### Microstorytelling deportivo regional

Consiste en la habilidad metodológica y periodística de articular arcos narrativos completos, humanos y rigurosos en formatos de video vertical con una duración de 40 a 60 segundos. Lejos de representar una simplificación de la profesión periodística, la síntesis informativa constituye un ejercicio de selección de datos y anécdotas biográficas, optimizando mediante el uso de ganchos (*hooks*) visuales y sonoros que capturan la atención de los sectores demográficos jóvenes. En el contexto de Norte de Santander, el microstorytelling se convierte en la herramienta operativa para visibilizar las trayectorias de disciplina y resiliencia de los atletas locales, empaquetando sus historias de vida de forma que resulten atractivas, dirigibles, memorables para una comunidad digital habituada a la inmediatez informativa.

### Contenido expansivo y distribución multiplataforma

Frente a los modelos tradicionales de difusión multiplataforma que se limitan a replicar de forma idéntica el mismo fragmento televisivo en entornos digitales, el contenido expansivo propone una diversificación basada en el aporte exclusivo de cada interfaz. Bajo este enfoque

conceptual, la televisión lineal del Canal TRO preserva su valor institucional y tradicional para la transmisión de eventos en vivo y datos coyunturales, mientras que la plataforma TikTok actúa como el entorno idóneo para profundizar en la dimensión humana, familiar y psicológica del atleta.

### Optimización para motores de búsqueda (SEO de video)

Este concepto técnico engloba el conjunto de prácticas orientadas a catalogar de manera eficiente los productos audiovisuales dentro de los sistemas de recomendación y búsqueda en las redes sociales, en este caso TikTok, a través del uso estratégico de metadatos, etiquetas descriptivas, subtítulos integrados y palabras claves específicas. La optimización técnica garantiza que las historias de los deportistas nortesantandereanos no se pierdan en un flujo constante de información en la red, sino que permanezcan localizables en el tiempo, permitiendo que cualquier ciudadano acceda a ellas de forma rápida y orgánica mediante búsquedas temáticas en sus terminales móviles.

### El espejo social y fortalecimiento identitario regional

Esta es una categoría sociológica que define la función democratizadora e invisible de los medios de comunicación públicos, orientada a proyectar narrativas de valor positivo donde los ciudadanos puedan reconocerse y reafirmar su pertenencia cultual. Al visibilizar las historias de superación, mérito y sacrificio de los atletas de Norte de Santander en las plataformas digitales donde habita la comunidad joven, la propuesta contrarresta activamente las dinámicas de desinformación y desarraigo cultural. El deporte, teorizado como un eje transversal de cohesión social, se convierte a través de estas narrativas multiplataforma en un vehículo de motivación colectiva, inspirando a las nuevas generaciones a adoptar referentes locales de disciplina y desarrollo personal dentro de su propio entorno geográfico y cultural.

# Metodología

El abordaje metodológico de la presente propuesta se estructura con el fin de proveer un camino sistemático, replicable y empírico para el diseño e implementación de la estrategia de comunicación multiplataforma en el programa Deportes TRO. Lejos de limitarse a una descripción empírica de actividades técnicas, este capítulo detalla los criterios científicos, las herramientas de recolección de datos y los flujos de producción que garantizan que la propuesta responda de manera efectiva al planteamiento del problema y a los objetivos formulados.

A continuación, se especifican el enfoque de investigación, el diseño del estudio, la delimitación de la población y las fases operativas cronológicas que guían la intervención periodística en la redacción de Cúcuta, capital de Norte de Santander.

## Enfoque y diseño de investigación

La naturaleza del objeto de estudio centrada en la transmutación de narrativas televisivas lineales a formatos expansivos e interactivos en TikTok exige la adopción de un enfoque cualitativo que permita analizar las cualidades, significados y estructuras del lenguaje audiovisual contemporáneo sin reducir el fenómeno a mediciones puramente numéricas, priorizando la compresión de los relatos biográficos de los deportistas y la construcción de la identidad regional.

El diseño metodológico corresponde a una propuesta de intervención institucional, puesto que el ejercicio periodístico no se limita a una observación, es decir, analizar desde afuera, sino que interviene de manera directa en las rutinas de producción del Canal TRO. Esta metodología busca mitigar un vacío técnico y comunicativo real en la redacción mediante la estandarización de procesos de edición móvil y optimización algorítmica, permitiendo medir el impacto de la estrategia en tiempo real durante el periodo de ejecución.

**Población, muestra y criterios de selección**

La población objetivo de esta propuesta está constituida por la comunidad digital del Canal TRO, con especial énfasis en los sectores demográficos jóvenes de Norte de Santander que consumen información en formatos verticales y acelerados.

Por otro lado, la muestra instrumental de estudio está conformada por los perfiles de los atletas regionales cuyas trayectorias de disciplina y resiliencia sirvan como eje rector para la creación de contenido expansivo. Para la selección de estos perfiles en la fase de diagnóstico se establecieron los siguientes contenidos de inclusión:

- Ser deportista nacido o formado en el departamento de Norte de Santander.
- Contar con una trayectoria destacada, mérito deportivo o anécdotas de vida con alto valor de superación humana.
- Tener la disposición y disponibilidad de tiempo para participar en las entrevistas de consumo rápido programadas por la redacción.

**Fases del desarrollo del proyecto**

Para garantizar el cumplimiento de las metas profesionales y académicas entre el 9 de marzo y 4 de septiembre de 2026, la metodología se despliega de manera secuencial a través de cuatro grandes fases operacionales:

**Fases de diagnósticos y selección**

En esta etapa inicial se realiza el mapeo de los perfiles deportivos de la región y se establecen las preguntas rectoras que guiarán la recolección del material periodístico. Asimismo, se determinan cuáles anécdotas e historias biográficas poseen un mayor potencial de impacto visual y emocional para asegurar la retención de la audiencia de TikTok en los primeros segundos de visualización. De manera complementaria, esta fase incorpora un componente de cocreación e interacción, mediante el cual se consulta directamente a la comunidad digital sobre deportistas

destacados de su entorno, transformando a la audiencia en un agente activo para la postulación y validación de perfiles.

**Fase de reportería y recolección de historias**

Consiste en el trabajo de campo en la ciudad de Cúcuta, donde se ejecutan las entrevistas de consumo rápido y la recolección de archivos fotográficos y de video de los atletas seleccionados. Esta fase se enfoca en humanizar la figura del deportista, extrayendo los relatos de resiliencia fundamentales para el "espejo social" del canal público.

**Fase de producción y posproducción multimedia**

Es el núcleo técnico de la intervención, donde el material bruto es transformado en activos digitales de alta calidad. Se realiza la edición de los clips de video en formato vertical (9:16) con una duración entre 40 a 60 segundos, utilizando herramientas de edición móvil. En este punto se aplica de manera rigurosa la optimización SEO mediante la inserción de metadatos, subtítulos dinámicos y palabras claves estratégicas para asegurar el posicionamiento orgánico en el motor de búsqueda en TikTok.

**Fase de sistematización de resultados**

Esta fase de evaluación está orientada a recopilar las métricas nativas de la plataforma digital para analizar el alcance, la retención de audiencia y el comportamiento interactivo de la comunidad frente a las piezas producidas. Más allá de la visualización, esta etapa sitúa a la interacción orgánica (comentarios, compartidos y guardados) como el indicador crítico para validar el nivel de apropiación y debate generado en torno al deporte regional.

De este modo, se evalúa la efectividad de la estrategia y se constata si los productos alcanzaron el estándar exigido de calidad y competitividad profesional dentro del ecosistema televisivo y digital.

## Resultados

En el marco de la ejecución de la estrategia de comunicación multiplataforma de comunicación multiplataforma para el programa Deportes TRO, el presente capítulo expone los hallazgos derivados del proceso de producción y la materialización de los objetivos planteados.

El desarrollo metodológico culminó con la producción y entrega satisfactoria de los 10 contenidos audiovisuales en formato vertical (9:16) con una duración optimizada entre 40 y 60 segundos. Dichas piezas recogen las historias biográficas, anécdotas y trayectorias de los deportistas regionales seleccionados en Norte de Santander, integrando los criterios técnicos de edición móvil, subtitulado dinámico y la estructuración de ganchos o los llamados *hooks* narrativos orientados a la retención de la audiencia digital.

Asimismo, cada uno de los productos entregados fue optimizado mediante el uso de metadatos, etiquetas descriptivas y palabras clave enfocadas en el posicionamiento orgánico dentro del algoritmo de la plataforma TikTok.

Actualmente los 10 videos producidos y validados se encuentran entregados a la encargada de la parte digital en Bucaramanga y están a disposición de la redacción del canal, quedando pendiente de publicación conforme a los criterios de programación, parrilla de emisión y directrices institucionales del Canal TRO. De esta manera, los activos digitales quedan listos para su despliegue en el ecosistema digital, cumpliendo con los estándares de calidad profesional y cerrando la brecha entre el registro audiovisual y las nuevas dinámicas de consumo de la audiencia joven en la región.

A la fecha, 4 de septiembre de 2026, se encuentran publicados 3 de los 10 videos entregados.

https://vt.tiktok.com/ZSq8EfJLW/
https://vt.tiktok.com/ZSq8EFNbk/
https://vt.tiktok.com/ZSq8ELtdt/

## Conclusiones y recomendaciones

El desarrollo de este trabajo de grado permitió evidenciar que la transición de la televisión pública regional hacia los entornos digitales ya no es una opción estética, sino una necesidad estructural para garantizar la vigencia y relevancia del medio ante los nuevos hábitos de consumo de las audiencias. A través de la estructuración de una estrategia de comunicación multiplataforma enfocada en la plataforma TikTok para el programa Deportes TRO, se constató que las dinámicas de inmediatez y fragmentación son propias de la economía de la atención y pueden articularse de manera de manera armónica con la rigurosidad periodística tradicional sin perder la esencia informativa.

En primer lugar, respecto a los objetivos planteados, la fase de diagnóstico y selección permitió identificar perfiles de atletas en Norte de Santander cuyas historias de disciplina y resiliencia posee poseen el valor narrativo idóneo para conectar con los sectores demográficos jóvenes. La utilización de preguntas cortas y el diseño de una línea editorial especializada facilitaron la transformación del registro audiovisual convencional en un formato de microstorytelling vertical de 40 a 60 segundos, optimizando técnicamente mediante metadatos y palabras claves para favorecer su posterior posicionamiento orgánico en el algoritmo.

Finalmente, el resultado operativo del proyecto se concretó en la producción y entrega satisfactoria de las 10 piezas audiovisuales, las cuales cumplen con los estándares de calidad profesional exigidos, se encuentran listos y a disposición de la redacción del Canal TRO para su posterior publicación. Con esto, se demuestra que la televisión regional cuenta con herramientas técnicas y conceptuales para generar activos digitales de alto impacto que fortalecen la identidad cultural, democratizan el acceso a las historias del talento local y actúan como un “espejo social” que reduce la brecha comunicativa con las nuevas audiencias digitales.

Derivado del proceso de investigación y de la implementación práctica de la estrategia, se propone las siguientes líneas de acción para futuras intervenciones y para la optimización del canal:

### Seguimiento a las métricas de impactos (Analytics)

Se recomienda que el equipo digital del Canal TRO realice un monitoreo constante del rendimiento de los 10 videos una vez sean publicados en la plataforma TikTok. Evaluar indicadores como la retención de la audiencia en los primero tres segundos, el volumen de los compartidos y la interacción en la sección de comentarios. Esto permitirá medir con precisión el nivel de apropiación de la comunidad digital frente al deporte regional.

### Institucionalización de un flujo de trabajo multiplataforma

Es aconsejable que la redacción deportiva consolide una producción digital permanente, integrada al flujo diario de la televisión lineal para que la creación de contenidos expansivos no sea un esfuerzo aislado, sino una práctica continua que asegure la presencia constante del canal en las redes sociales.

### Ampliación de la muestra de los deportistas

Para futuras fases del programa o expansiones a otras disciplinas, se sugiere ampliar el mapeo de atletas en los municipios alejados del departamento de Norte de Santander, descentralizando aún más la narrativa y abracando una mayor diversidad de historias inspiradoras.

### Líneas futuras de investigación

Se invita a futuros investigadores realizar estudios longitudinales que evalúen el impacto a mediano y largo plazo de las estrategias de SEO en video dentro de la televisión pública, analizando como estas herramientas influyen directamente en la fidelización de las audiencias jóvenes hacia la programación tradicional del Canal TRO.

## Referencias

García, J., & Ygarza, R. (2021). Narrativas de proximidad y periodismo deportivo en la era de las plataformas digitales. Revista de Comunicación y Medios, 14(2), 45–58. https://doi.org/10.5354/0719-1529.2021.61234

Jenkins, H. (2008). Cultura de convergencia: La confluencia de los medios de comunicación. Paidós.

Mayer, R. (2020). La economía de la atención y el diseño de interfaces en dispositivos móviles. Anuario de Comunicación Digital, 8(1), 112–128.

Martín Barbero, J. (2002). Oficio de cartógrafo: Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. Universidad Central.

Rincón, O. (2017). Las pantallas y las estéticas de la televisión contemporánea: Narrativas de la calle. FEDU.

Scolari, C. A. (2013). Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan. Deusto.

Simon, H. A. (1971). Designing organizations for an information-rich world. En M. Greenberger (Ed.), Computers, communications, and the public interest (pp. 37–72). The Johns Hopkins Press.

Williams, J. (2018). Stand out of our light: Freedom and resistance in the attention economy. Cambridge University Press.