

# Així arrossega TikTok les marques que volen vendre als joves

PER ROSER REYNER / 05-09-2023

[Aquí heu de situar l'arxiu d'imatge hero-image.jpg]

Amb més de 16 milions d'usuaris a Espanya, més de 150 milions a Europa i més de 1.000 milions a tot el món, **TikTok** és una xarxa social en plena efervescència, especialment entre el públic de menys edat. Al voltant del 40% dels seus usuaris tenen entre 18 i 24 anys i un 32% entre 25 i 34. Nascuda el 2016, la xarxa de creació xinesa va començar a introduir la publicitat el 2019, i ara com ara és al punt de mira de totes aquelles marques que volen connectar amb les persones més joves. També, i coincidint amb les eleccions municipals i autonòmiques, ha estat camp de batalla per a les formacions polítiques, que a **TikTok** tenen vetada la propaganda, però que igualment tenen facilitat per publicar-hi vídeos senzills on els candidats miren de connectar amb el jovent. Quins beneficis pot suposar anunciar-se a **TikTok** i a què cal estar atents? En parlen tres professors dels Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació de la Universitat Oberta de Catalunya. Parlem amb Mireia Montaña, directora del màster en Estratègia i Creativitat en la Publicitat, Candela Ollé, directora del màster de Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives i amb Sílvia Martínez, directora del màster de Social Media: Gestió i Estratègia.

## Què atrau de TikTok?

Allò que es fa en publicitat sempre ha estat un reflex de la societat, comença Mireia Montaña. I la comunicació dels joves és cada cop més dinàmica i amb menys capacitat d'atenció. A les xarxes socials fan *scroll* molt ràpid i això és el que estan acostumats a consumir amb els seus iguals, continua.

En aquest sentit, l'experta de la UOC recorda que ja fa anys que Youtube va introduir els anuncis de sis segons i que actualment els vídeos curts de **TikTok** són a l'ordre del dia. Si les marques es volen rejuvenir, què fan? S'adapten a aquests formats per intentar agradar més als joves. Moltes marques lluiten per endur-se l'anomenat *pocket money*, és a dir, els diners de la setmanada, subratlla.

**TikTok** aprofita per arribar a unes franges d'edat que no consumeixen els mitjans tradicionals, que s'informen bàsicament per les xarxes socials, afegeix la professora Candela Ollé.

De fet, segons l'informe [Global Social Media Trends Report 2023](#), elaborat per Hubspot i Brandwatch, l'any passat **TikTok** va superar Google com a font principal d'informació per a l'anomenada generació Z o dels *centennials*. L'estudi indica que un 36% dels consumidors de la generació Z i un 24% dels consumidors d'entre 18 i 54 anys busquen primer les marques a les xarxes.

Malgrat que, segons el mateix informe, Instagram és la xarxa social preferida per als experts en màrqueting en les seves apostes de cara al 2023, **TikTok** li va al darrere pel potencial que consideren que té per fer créixer l'audiència. A **TikTok** pots fer publicitat en formats força econòmics i que arriben a molta gent, ratifica Montaña.

Tant les diferents possibilitats de pressupost, com de format, són aspectes positius de **TikTok** a l'hora d'atraure les marques per a fer-hi publicitat, coincideix Sílvia Martínez. Es poden fer campanyes per crear reptes i que els usuaris facin contingut vinculat a un *hashtag* d'una marca concreta, i això és molt interessant per a les empreses, il·lustra en aquest sentit. Així mateix, ressalta la manera com els usuaris es relacionen amb la plataforma: Està pensada per a l'entreteniment i quan obres **TikTok** ja estàs sentint que passaràs una estona agradable, cosa que et predispesa en la manera com rebràs el missatge.

De fet, en la campanya electoral per a les municipals i autonòmiques, molts partits polítics de l'estat espanyol han aprofitat les possibilitats que ofereix **TikTok** malgrat que hi tinguin vetada la publicitat. Un exemple és la cançó creada pel PP madrileny sota el títol de *Ganas de Madrid*, que ha dut molts usuaris a fer-ne vídeos. També se n'han fet paròdies a la mateixa xarxa.

### **Què pot tirar enrere les marques?**

Doncs, depèn de la marca, li pot anar molt bé fer anuncis a **TikTok** o pot quedar molt estrany, quasi ridícul, assegura Montaña.

La professora de la UOC, que és experta en publicitat, subratlla que els joves són el públic més infidel que hi ha. Pot ser que puntualment vagin molt a un determinat producte i que després canviïn de cop. És per això que recomana invertir amb mesura en la publicitat cap a aquesta franja d'edat a les xarxes: Tenen poc vincle emocional amb les marques, assegura. Les campanyes de publicitat de les marques no poden basar-se només en plataformes que de cop i volta són molt conegudes, també cal que facin altres accions per als joves en altres espais, com el *branded content*, continguts creats des de la marca, detalla.

En aquest sentit, Martínez, experta en el consum i l'ús dels usuaris de les xarxes socials, recomana als publicistes estar molt pendents a cada moment de per on es mouen els joves i com canvien els seus gustos i preferències, i no tenir por d'experimentar i innovar.

Per la seva banda, Ollé fa dues advertències. La primera:

Tot el que passa per TikTok no està verificat ni validat. S'ha d'anar amb compte amb la validesa que dones a allò que consumeixes en l'àmbit periodístic i publicitari.

I la segona:

A diferència de la majoria d'aplicacions que consumim massivament, en aquest cas el país que hi ha darrere la companyia que controla la xarxa i que té les dades és la Xina. Això ja ha condicionat que diversos països i les institucions europees en prohibeixin l'ús i pot condicionar que la moda de TikTok sigui més efímera.

*Reyner, R. (5 de setembre de 2023). Així arrossega TikTok les marques que volen vendre als joves. [Tot Comunica](#)*  
Fotografia de [Olivier Bergeron](#) en [Unsplash](#)

Enllaços externs de l'article en l'ordre en què apareixen dins dels text de l'article:

1. **Global Social Media Trends Report 2023**  
[https://offers.hubspot.com/social-media-trends-report?hubs\\_post-cta=anchor&hubs\\_post=blog.hubspot.com%2Fmarketing%2Fhubspot-blog-social-media-marketing-report&hubs\\_signup-url=blog.hubspot.com%2Fmarketing%2Fhubspot-blog-social-media-marketing-report&hubs\\_signup-cta=cta\\_button&hsCtaTracking=3dc1dfd9-2cb4-4498-8c57-19dbb5671820%7C1758cda9-adcb-40f3-a7c5-4480017a2815](https://offers.hubspot.com/social-media-trends-report?hubs_post-cta=anchor&hubs_post=blog.hubspot.com%2Fmarketing%2Fhubspot-blog-social-media-marketing-report&hubs_signup-url=blog.hubspot.com%2Fmarketing%2Fhubspot-blog-social-media-marketing-report&hubs_signup-cta=cta_button&hsCtaTracking=3dc1dfd9-2cb4-4498-8c57-19dbb5671820%7C1758cda9-adcb-40f3-a7c5-4480017a2815)
2. **Tot Comunica**  
<https://blogs.uoc.edu/comunicacio/ca>
3. **Olivier Bergeron**  
[https://unsplash.com/es/@obergeron?utm\\_source=unsplash&utm\\_medium=referral&utm\\_content=creditCopyText](https://unsplash.com/es/@obergeron?utm_source=unsplash&utm_medium=referral&utm_content=creditCopyText)
4. **Unsplash**  
<https://unsplash.com>

## Estadístiques de xarxes socials

A continuació es mostren algunes dades estadístiques sobre xarxes socials elaborades a partir de l'article [160+ estadísticas de redes sociales que debes tener en cuenta en 2023](#), de 13 de setembre de 2023, que es pot llegir al [blog de Hootsuite](#).

1. Estadístiques generals de xarxes socials
  - Més de 4.740 milions de persones de tot el món utilitzen les xarxes socials.
  - Al 2022, el nombre d'usuaris de les xarxes va augmentar un 4,2%.
  - Més del 75% de la població mundial més gran de 13 anys utilitza les xarxes socials.
2. Estadístiques d'Instagram [\[amb enllaç al terme Instagram de la pàgina xarxes.html\]](#)
  - Usuaris
    - Més de 1.000 milions d'usuaris actius mensuals.
    - És la quarta xarxa més popular del món.
  - Utilització
    - El 91% dels usuaris actius veuen els vídeos de la plataforma setmanalment.
    - El 50% ha visitat el lloc web d'una marca després de veure les seves històries.
    - Els anuncis tenen més probabilitats d'arribar a homes i dones entre 18 i 34 anys.
3. Estadístiques de Facebook [\[amb enllaç al terme Facebook de la pàgina xarxes.html\]](#)
  - Usuaris
    - Més de 2.930 milions d'usuaris actius mensuals.
    - El 57,8% del total mundial d'usuaris d'Internet utilitza Facebook mensualment.
    - És el segon canal social més popular just després de WhatsApp
  - Utilització
    - És la plataforma més utilitzada mundialment.
    - Cada usuari passa una mitjana de 19,7 hores al mes utilitzant la xarxa.
    - El principal motiu pel qual els usuaris utilitzen Facebook és per enviar missatges a amics i familiars.
4. Estadístiques de TikTok [\[amb enllaç al terme TikTok de la pàgina xarxes.html\]](#)
  - Usuaris
    - Va assolir els 1.719 milions d'usuaris el 2022.
    - El 2022, va ser l'aplicació mòbil més descarregada del món, amb 672 milions de descàrregues.
  - Utilització
    - Els usuaris passen unes 22,9 hores al mes en l'aplicació.
    - El 81% dels usuaris de TikTok també utilitzen Instagram.
    - La raó principal per la qual els usuaris utilitzen la xarxa és per cercar continguts divertits o entretinguts.
5. Estadístiques d'X (abans Twitter) [\[amb enllaç al terme X de la pàgina xarxes.html\]](#)
  - Usuaris
    - Té 237,8 milions d'usuaris actius diaris.
    - És més popular entre els *millennials* que entre la Generació Z.
    - És la setèima xarxa social més popular del món.
  - Utilització

- Els usuaris passen una mitjana de 5,1 hores al mes en l'aplicació.
- El 87% dels usuaris de X també utilitzen Instagram.
- La raó principal per la qual els usuaris utilitzen la xarxa és per mantenir-se al dia de les notícies i l'actualitat.

## Breu referència d'algunes xarxes socials

Les xarxes socials basades en Internet s'han convertit, en pocs anys, en un fenomen global que forma part de les nostres vides.

A continuació fem una breu descripció, elaborada a partir dels articles que podem llegir a la [Viquipèdia](#), de quatre de les xarxes socials que comptem amb més usuaris arreu del món.

### Instagram

Instagram és una xarxa social, aplicació mòbil i web per compartir imatges i vídeos.

Kevin Systrom i Mike Krieger van desenvolupar l'aplicació que va ser llançada a la botiga d'aplicacions d'Apple el 6 d'octubre de 2010. El 3 d'abril de 2012 es va presentar la versió per a Android. Va ser comprada per Facebook el 9 d'abril de 2012 per 1.000 milions de dòlars.

[Aquí heu de situar el fitxer d'imatge Kevin-Systrom.jpg]

Kevin Systrom un dels creadors d'Instagram | Foto de Christopher Michel [CC BY 2.0](#), [Wikimedia commons](#)

[+ informació sobre Instagram](#)

### Facebook

Facebook és una xarxa que permet afegir gent com a amics i enviar-los missatges i compartir enllaços, fotografies i vídeos, entre altres coses.

Facebook va ser llançada el 2004 i pertany a la companyia privada Meta Platforms.

Va ser fundada per Mark Zuckerberg estudiant d'informàtica a la Universitat de Harvard, Dustin Moskovitz, Chris Hughes i Eduardo Saverin.

[Aquí heu de situar el fitxer d'imatge Mark-Zuckerberg.jpg]

Mark Zuckerberg un dels creadors de Facebook | Foto d'Anthony Quintano [CC BY 2.0](#), [Wikimedia commons](#)

[+ informació sobre Facebook](#)

### TikTok

TikTok és una xarxa social per crear i compartir vídeos curts, propietat de ByteDance.

Va ser llançada a la Xina com a Douyin el setembre de 2016 i va ser introduïda al mercat estranger com a TikTok un any més tard.

TikTok empra intel·ligència artificial per a analitzar els interessos de l'usuari i les seves preferències a través de les seves interaccions amb el contingut, i per mostrar una font de contingut personalitzat per a cada usuari.

[Aquí heu de situar el fitxer d'imatge ByteDance.jpg]

ByteDance | [CC BY 2.0](#), [Wikimedia commons](#)

[+ informació sobre TikTok](#)

## **X (abans Twitter)**

X, abans anomenada Twitter, és un servei de *microblogging* que permet als seus usuaris enviar i llegir missatges de text.

La data de llançament va el dia 21 de març de 2006 que és quan el creador de la xarxa, Jack Dorsey, va realitzar la primera piulada:

just setting up my twttr

L'octubre de 2022, Twitter fou comprada per Elon Musk, que va redefinir els nous objectius de l'empresa.

[Aquí heu de situar el fitxer d'imatge Jack-Dorsey.jpg]

Jack Dorsey, fundador de Twitter | Foto de Cellanr [CC BY-SA 2.0](#), [Wikimedia commons](#)

[+ informació sobre X](#)

**Enllaços externs de l'article en l'ordre en què apareixen dins de la llista:**

1. **Viquipèdia**  
<https://ca.wikipedia.org>
2. **Kevin Systrom un dels creadors d'Instagram | Foto de Christopher Michel CC BY 2.0, Wikimedia commons**  
**+ informació sobre Instagram**
  - a. <https://creativecommons.org/licenses/by/2.0>
  - b. <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=70110510>
  - c. <https://ca.wikipedia.org/wiki/Instagram>
3. **Mark Zuckerberg un dels creadors de Facebook | Foto d'Anthony Quintano CC BY 2.0, Wikimedia commons**  
**+ informació sobre Facebook**
  - a. <https://creativecommons.org/licenses/by/2.0>
  - b. <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=90784061>
  - c. <https://ca.wikipedia.org/wiki/Facebook>
4. **ByteDance | CC BY 2.0, Wikimedia commons**  
**+ informació sobre TikTok**
  - a. <https://creativecommons.org/licenses/by/2.0>
  - b. <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=121183822>
  - c. <https://ca.wikipedia.org/wiki/TikTok>
5. **Jack Dorsey, fundador de Twitter | Foto de Cellanr CC BY-SA 2.0, Wikimedia commons**  
**+ informació sobre X**
  - a. <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0>
  - b. <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=43890931>
  - c. <https://ca.wikipedia.org/wiki/Twitter>



## Capçalera

Aquí heu d'escriure el nom del lloc web "Xarxes". Ha d'enllaçar amb l'arxiu index.html

## Peu de pàgina

2023 © Nom i cognoms de l'estudiant

Per a l'assignatura HTML i CSS

## Menú de navegació

Article [\[enllaça amb index.html\]](#)

Estadístiques [\[enllaça amb estadistiques.html\]](#)

Xarxes [\[enllaça amb xarxes.html\]](#)

## ALGUNES INDICACIONS SOBRE EL FORMAT

- Tipus de lletra principal: Verdana, Tahoma, sans-serif
- Color principal: rgb(43,52,69)
- Color de contrast (taronja): rgb(254, 105, 106)
- Enllaços: del color de contrast sense subratllat; en el seu estat :hover s'aplica al color de contrast un alfa de 0,5: rgba(254,105,106,0.5)

### Format de la capçalera + menú

- Tipus de lletra del titular: Verdana, Tahoma, sans-serif. Tipus de lletra de les dues "x": Georgia, 'Times New Roman', serif. Aquestes dues "x" es presenten en lletra cursiva i en una mida lleugerament més gran que la resta.
- Color de fons: rgb(241, 245, 249)
- Enllaços
  - El nom del lloc: sense subratllat i del color principal. En el seu estat :hover s'aplica el mateix color amb un alfa de 0.5, rgba(43,52,69,0.5)
  - Menú de navegació: sense subratllat i del color principal. En el seu estat :hover s'utilitzarà el color de contrast. L'ítem corresponent a la pàgina que es visita ha de ser del color de contrast.

### Format del peu de pàgina

- El color de fons del peu de pàgina és rgb(0,0,0)
- Els textos de color rgb(255,255,255)

La resta de consideracions de format han de resoldre's mitjançant l'observació atenta dels *mockups* lliurats.