

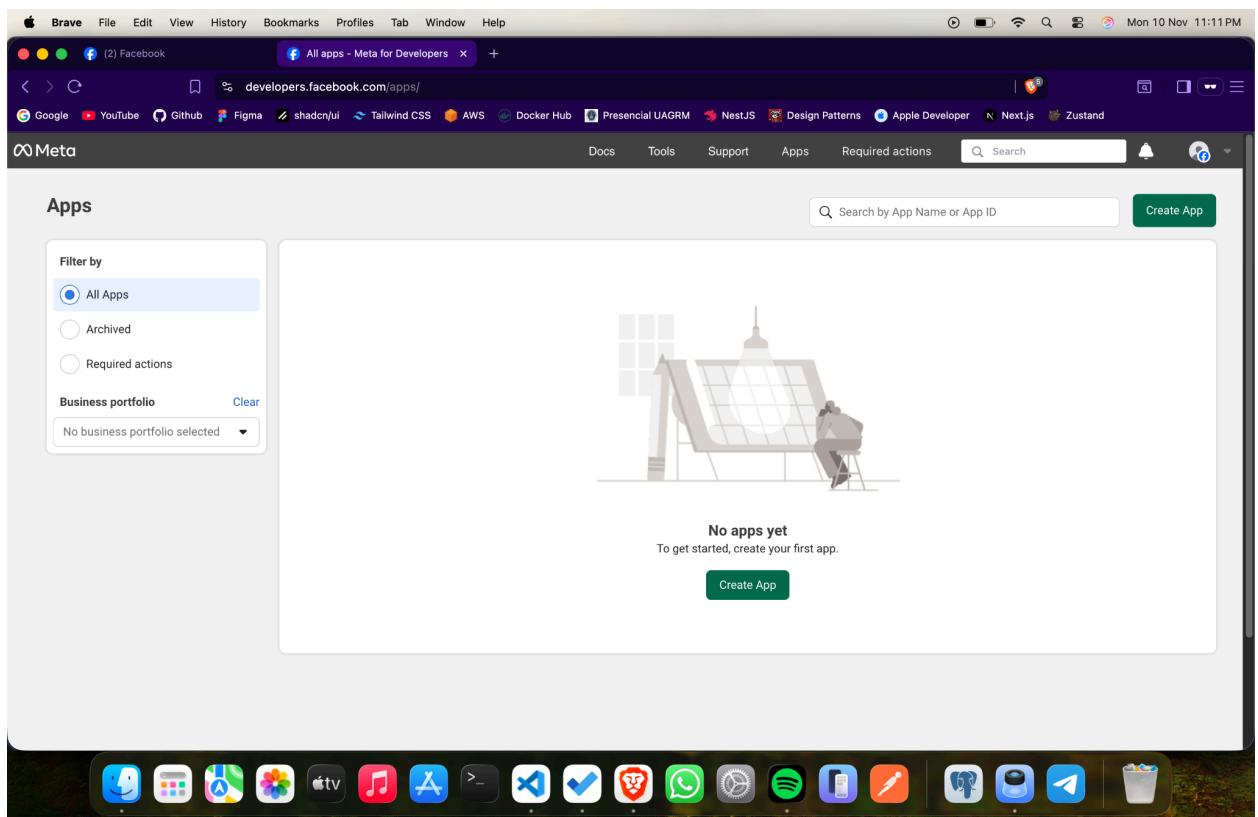
SEGUNDO PROYECTO DE TOPICOS

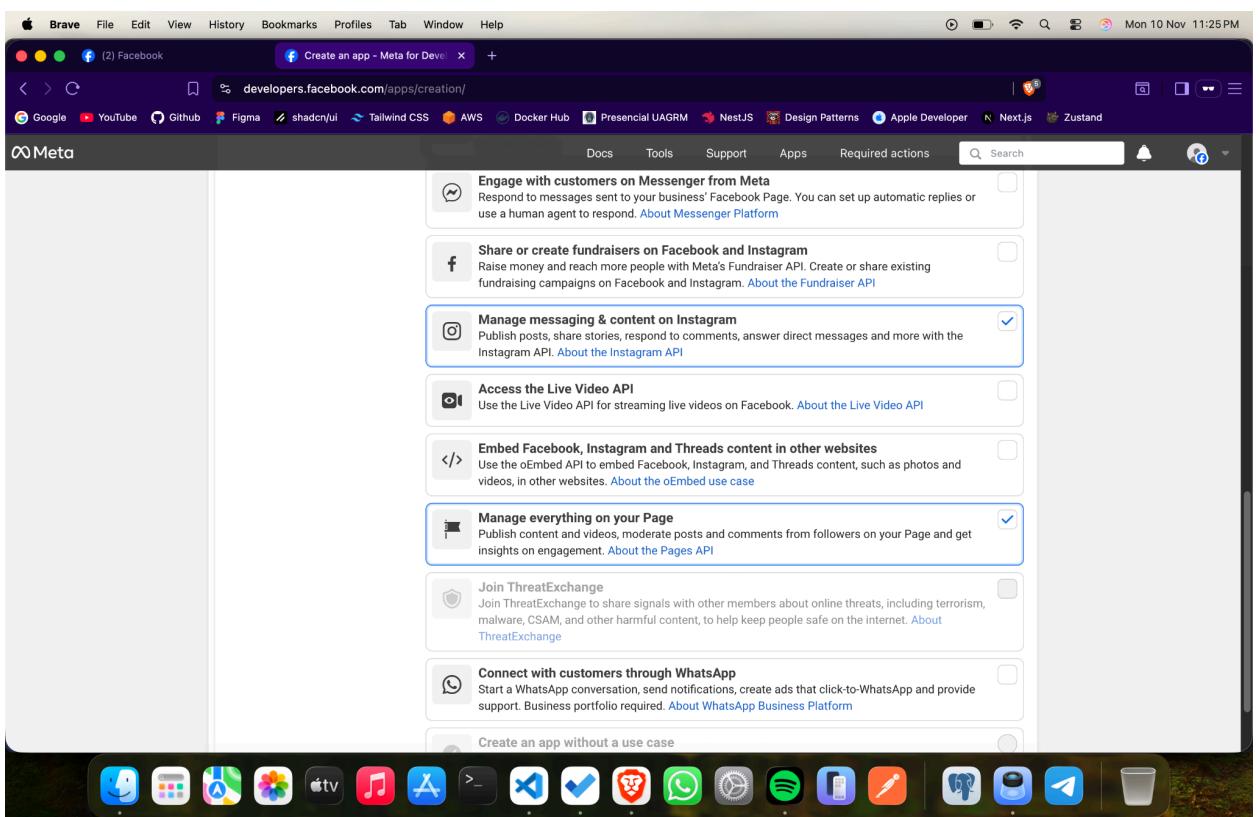
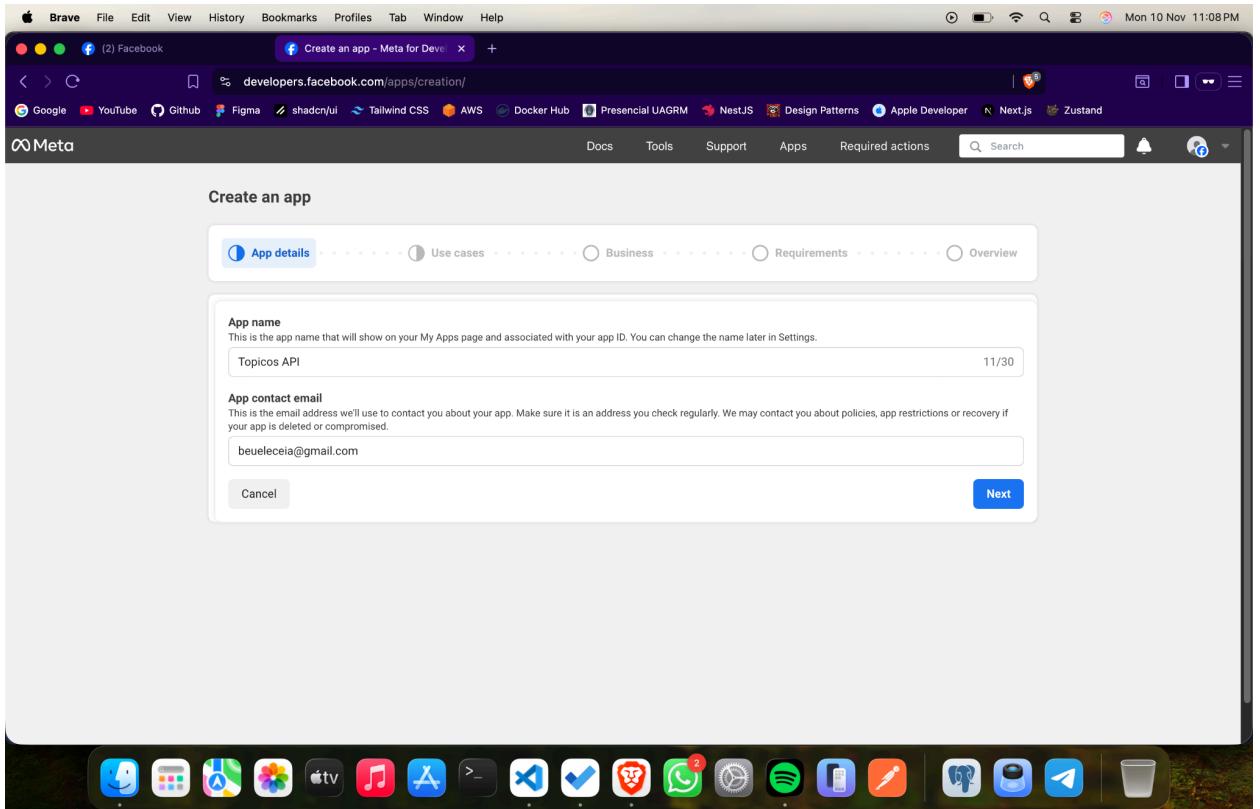
PRIMER EXPOSICION

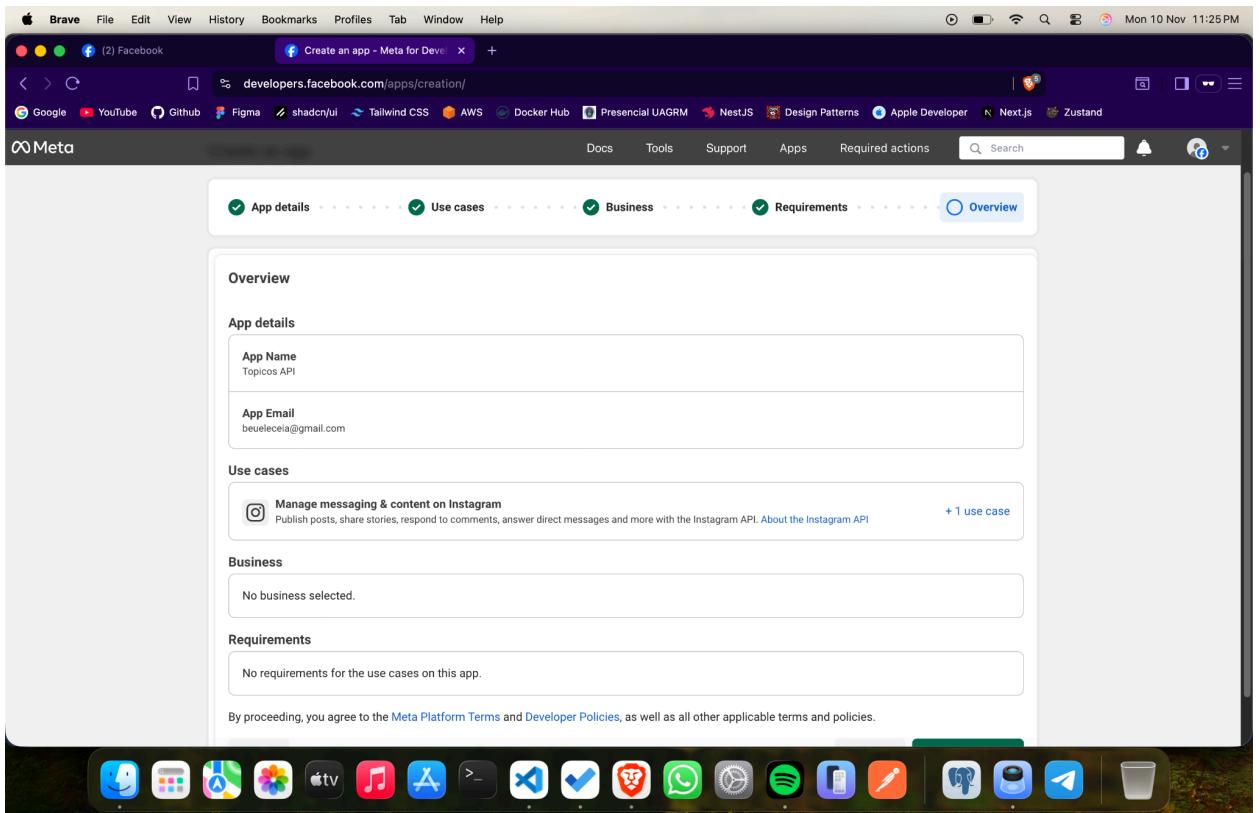
NOMBRE: BRUNO LEANDRO BULACIA PAZ

1. Parte 1: Investigación de APIs

Meta API







Docs:

<https://developers.facebook.com/docs/development/create-an-app/>

LinkedIn Share API

The screenshot shows the LinkedIn Developers website at linkedin.com/developers/apps/new. The user is logged in as Bruno Bulacia. The main form is titled 'Create an app' and includes fields for 'App name*', 'LinkedIn Page*', 'Privacy policy URL', and 'App logo*'. A sidebar on the right provides developer settings and a sign-out option.

Create an app

* indicates required

App name*
Enter your app name

LinkedIn Page*
This action can't be undone once the app is saved.
Enter your company's name or LinkedIn Company Page URL (eg, [https://www.linkedin.com/company/...](https://www.linkedin.com/company/))

For Third Party/Enterprise Developers: The LinkedIn Company Page you select will be associated with your app. Verification can be done by a Page Admin. Please note this cannot be a member profile page.

For Individual Developers: API products available to individual developers have a default Company page associated with them and you must select that default Company page to proceed.

To learn more about the products and the default Company pages, click [here](#).

[+ Create a new LinkedIn Page](#)

Privacy policy URL
Begin with <http://> or <https://>

App logo*
This is the logo displayed to users when they authorize with your app

[Upload a logo](#)

Square image recommended. At least one dimension should be at least 100px.

[Leave Feedback](#)

Docs:

<https://learn.microsoft.com/en-us/linkedin/>

TikTok API

The screenshot shows a web browser window for the TikTok for Developers site. The URL in the address bar is developers.tiktok.com/apps. The page title is "TikTok for developers". The main content area is titled "Manage apps". It displays a table with one row, showing details for an app named "Novedades_FICCT". The table has columns for "App name", "App ID", and "Ownership". The "App name" column shows a thumbnail icon and the text "Novedades_FICCT". The "App ID" column shows the ID "7571059691539908664". The "Ownership" column shows "Individual". A red button labeled "Connect an app" is visible on the right side of the table. Below the table, there is a dark sidebar with the "TikTok for developers" logo and navigation links for "Products", "Other platforms", and "Company". The "Products" section includes links for "Share Kit", "Login Kit", "Content Posting API", "Embed Videos", "Data Portability API", "Green Screen Kit", "TikTok Embeds", "TikTok for Business", "Advertise on TikTok", and "About TikTok". The "Company" section includes links for "Newsroom", "Contact", and "Careers". At the bottom of the sidebar, there is a toolbar with various icons.

Docs:

<https://developers.tiktok.com/doc/overview>

2. Parte 2: Características de Redes Sociales

Facebook

- **Máx. caracteres: 63,206**

Permite textos muy largos, ideal para publicaciones con historia o descripción extensa.

- **Tono: Casual/Formal**

Podés variar el tono según tu público. Empresas usan formal; creadores, uno más cercano.

- **Hashtags: Opcional**

No es tan relevante como en Instagram. Sirven más para agrupar temas, no para alcance.

- **Emojis: Sí**

Aumentan interacción visual; ayudan a destacar ideas.

- **Especial: Links y texto largo**

Facebook permite enlaces clicables, por eso se usa para compartir artículos o sitios web.

Instagram

- **Máx. caracteres: 2,200**

El texto acompaña a la imagen o video, no es el foco principal.

- **Tono: Visual/Casual**

La comunicación es estética, fresca y cercana.

- **Hashtags: Muy importante**

Son clave para visibilidad y posicionamiento en explorador.

- **Emojis: Sí**

Refuerzan emociones y dinamismo visual en la descripción.

- **Especial: Imagen principal**

Todo gira alrededor de la imagen o reel; el texto debe complementar, no sustituir.

LinkedIn

- **Máx. caracteres: 3,000**
Espacio suficiente para reflexiones o historias profesionales.
- **Tono: Profesional**
Se busca credibilidad y valor informativo más que entretenimiento.
- **Hashtags: Moderado**
Ayudan en segmentación, pero abusar resta seriedad.
- **Emojis: Poco uso**
Se toleran, pero deben usarse con discreción; el tono sigue siendo formal.
- **Especial: Tono corporativo**
Ideal para networking, empleos o branding empresarial.

TikTok

- **Máx. caracteres: 2,200**
El texto acompaña el video, muchas veces en forma de caption o descripción breve.
- **Tono: Joven/Trending**
Ligero, divertido y adaptado a tendencias actuales.
- **Hashtags: Importante**
Impulsan el alcance y ayudan al algoritmo a clasificar el contenido.
- **Emojis: Sí**
Muy comunes, aportan energía y cercanía.
- **Especial: Requiere video**
El formato principal es audiovisual, el texto solo complementa la idea.

WhatsApp

- **Máx. caracteres: 65,536**

Permite mensajes extensos, aunque normalmente se usan textos breves.

- **Tono: Directo**

Comunicación personal o inmediata.

- **Hashtags: Raro**

No funcionan como en redes sociales; el contexto es más conversacional.

- **Emojis: Sí**

Recurso expresivo central para el tono emocional.

- **Especial: Conversacional**

Ideal para atención al cliente o comunicación directa y humana.

3. Selección de LLM

3.1. Comparación de Modelos

OpenAI — GPT-4o-mini / GPT-3.5

- GPT-4o-mini: modelo coste-eficiente y multimodal (texto + visión hoy; soporte para audio/video anunciado como roadmap). Ideal para generación multimodal integrada.
- GPT-3.5: opción económica para texto/chat.

Anthropic — Claude (Sonnet / Haiku)

- Fuerte en seguridad y razonamiento; modelos orientados a balance entre costo/velocidad (buen comportamiento en conversaciones largas y agentes). Menos enfoque en generación de imágenes/videos. (En resumen, sirve más para codificar).

Llama 3.1 (ej. via Ollama local)

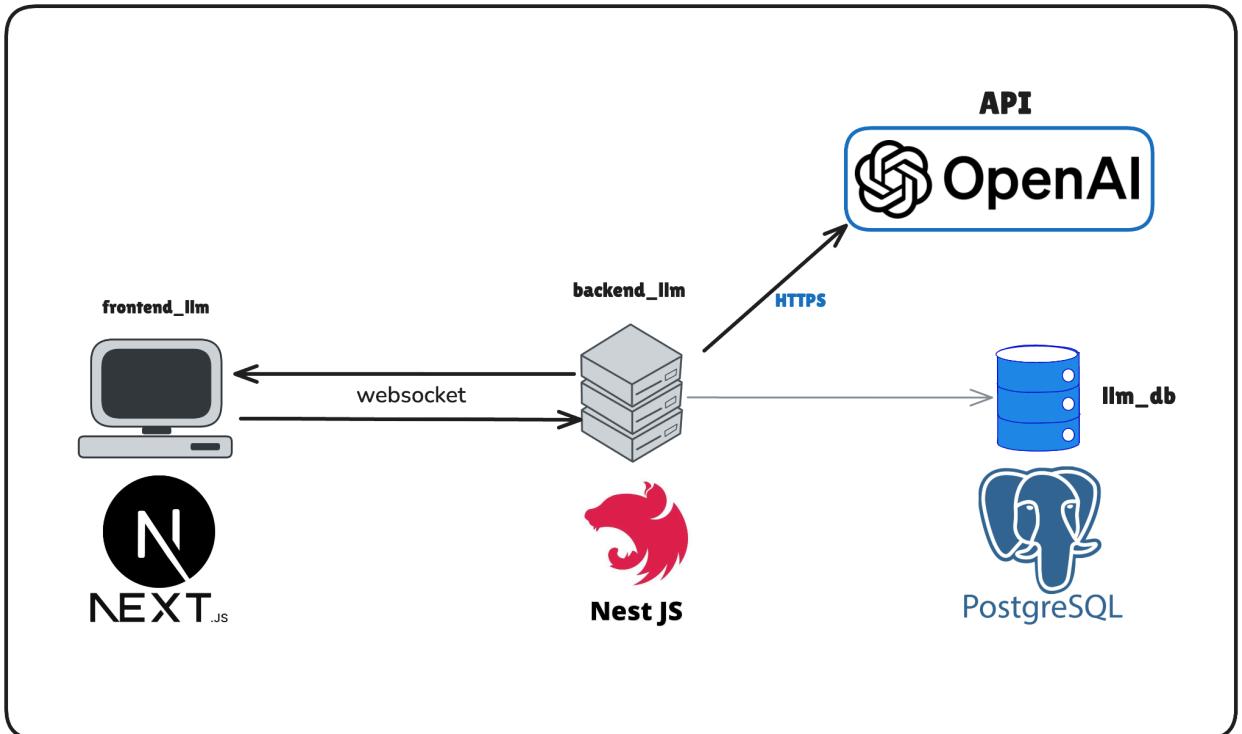
- Modelo de Meta, disponible en varias escalas; buena opción si querés control y privacidad (corre localmente **con Ollama**). **Requiere infra propia (GPU) y más trabajo operativo.**

3.2. Elegir uno y justificar

Elijo OpenAI porque, para un proyecto simple que quiere capacidades completas de texto y medios, es la opción más práctica y siempre lo que se paga es mejor que lo gratis: ofrece modelos multimodales listos para usar (texto + imágenes; con roadmap para audio/video), SDKs y ecosistema que facilitan integrar generación de imágenes y experimentar con video más adelante.

4. Propuesta de Arquitectura

4.1. Diagrama de arquitectura del sistema



4.2. Stack tecnologico elegido

- **FRONTEND** : Next.js
- **BACKEND** : NestJS
- **DBMS** : PostgreSQL

4.3. Diseño preliminar de base de datos

