

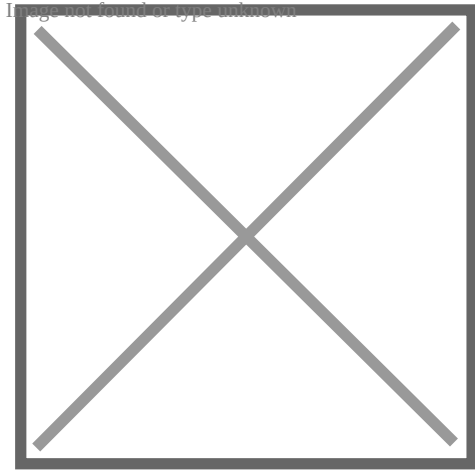
OCIO/ESPECTÁCULOS | Redes sociales

“Nuevo curso, nueva yo”: los formatos que arrasan en TikTok en la recta final del verano

La última semana de agosto abre una ventana breve para vídeos de transición, carruseles de cambio, retos en grupo y contenido de vuelta a la rutina

Redacción/Priego Digital

Miércoles 26 de agosto de 2026 - 08:00



La última semana de agosto tiene su propio lenguaje en TikTok: despedida del verano, vuelta al cole, cambio de armario, rutina nueva y ese clásico impulso de «nuevo curso, nueva yo». No es una noticia en sentido estricto, sino una oportunidad de contenido para medios, marcas locales y creadores que quieran aprovechar una ventana muy concreta: desde estos días finales de agosto hasta la primera semana de septiembre.

El patrón encaja con lo que TikTok viene señalando en su informe de tendencias de 2026, «What's Next 2026»: los usuarios responden cada vez mejor a historias reales, procesos, momentos entre bastidores y contenido menos pulido, más cercano y emocional, frente a piezas demasiado perfectas o publicitarias.

El regreso de las transiciones y los «reveal»

Los formatos que mejor encajan con este momento son los vídeos de transición: «así acaba mi verano / así empieza septiembre», «último día de vacaciones / primer día de rutina» o «Feria vs. vuelta al trabajo». También funcionan los carruseles tipo glow-up, que mezclan nostalgia, cambio físico, evolución personal o paso del tiempo.

El informe de Metricool sobre TikTok en 2026 apunta que la plataforma está más saturada que nunca, con un aumento del 72% en publicaciones de vídeo y del 140% en imágenes y carruseles entre las cuentas analizadas. Aun así, el vídeo sigue ofreciendo mejores resultados: cinco veces más visualizaciones y seis veces más interacciones que las imágenes, según su estudio.

Los formatos activos: verano, rutina y juego

Entre los formatos detectados en blogs especializados de marketing aparecen los carruseles de glow-up, retos de baile en grupo, dinámicas de juego como el Imposter Challenge y contenidos vinculados a música y cultura pop. Portales como New Engen o Virlo señalan que agosto está funcionando con una doble tensión: despedida del verano y preparación de la vuelta al curso, con formatos de transición y reveal como uno de los recursos más reutilizables.

Conviene, eso sí, ser prudentes: estos listados no son una certificación oficial de TikTok. Son lecturas de mercado. Antes de usar un sonido, un reto o una etiqueta, lo recomendable es comprobarlo en la propia aplicación o en el Creative Center de TikTok, que reúne tendencias, anuncios y análisis de comportamiento de la plataforma.