



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**Análisis de características del contenido en las publicaciones
en Tik Tok de LOSSIBLING entre los meses de junio y julio 2022**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTOR:

Apolinario Herrera, Igor Víctor (orcid.org/0000-0001-7084-6114)

ASESOR:

Mgtr. Cautín Martínez, Alfredo (orcid.org/0000-0001-6502-8870)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

A Dios por guiarme y ser un apoyo espiritual en cada logro y dificultad que he atravesado, iluminándome, cuidándome, dándome fuerza e inspiración para seguir en este camino de alcanzar mi sueño más anhelado.

A mi compañera de vida mi esposa y mis cuatro hijas, porque con su apoyo y pasión han sido la fuente de mi motivación para nunca rendirme y continuar con mis proyectos, para bienestar de nuestra familia.

A mis padres y hermanos porque siempre me han mostrado el valor de la perseverancia y me han inculcado el valor de ser un gran hombre, y a lo largo de mi vida, han velado por mi bienestar y educación

Agradecimiento

Agradezco a los docentes de los cursos de mi carrera, sus enseñanzas ampliaron mis conocimientos y facilitaron mi desarrollo profesional principalmente a mi docente y asesor por su apoyo incondicional y motivación constante para completar la presente investigación, pues han invertido tiempo y energía en impartir sus conocimientos, sin su experiencia y guía profesional y rigurosa no hubiera llegado a este nivel.

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Resumen	v
Abstract	vi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	11
3.1. Tipo y diseño de investigación	11
3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización	11
3.3. Escenario de estudio	12
3.4. Participantes	12
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	13
3.6. Procedimiento	13
3.7. Rigor científico	14
3.8. Método de análisis de la información	14
3.9. Aspectos Éticos	15
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	16
3.1. Análisis de las publicaciones en Tik Tok de Lossiblings	16
V. CONCLUSIONES	39
VI. RECOMENDACIONES	41
REFERENCIAS	42
ANEXOS	

Resumen

La presente investigación que tiene como título: Análisis de características de contenido en las publicaciones en Tik Tok de Lossiblings entre los meses de junio y julio 2022, cuyo objetivo general es: Analizar las características del contenido que publican los influencers Lossiblings.

Esta investigación es de enfoque cualitativo, de tipo básica, de diseño de análisis de contenido. Seguidamente se clasificó como categorías analizar los componentes básicos comunicacionales, aspectos emocionales y el contenido audiovisual de las publicaciones en el Tik Tok de Lossiblings, entre los meses de junio y julio en el año 2022.

Palabras clave: Análisis de contenido, redes sociales, tik tok.

Abstract

The present investigation has as its title: Analysis of content characteristics in the publications on Tik Tok of Lossibling between the months of June and July 2022, whose general objective is: Analyze the characteristics of the content published by the Tik Toker's Lossiblings.

This research is qualitative approach, basic type, content analysis design. Next, the type of content, the scope of the users and the interactions of the publication in the Tik Tok videos of Lossiblings were classified as categories.

Keywords: Content analysis, social networks, tik tok.

I. INTRODUCCIÓN

Durante los años pasados, en el mundo entero se propagó el virus del Covid-19, donde la población fue perjudicada en los aspectos de salud, económico, laboral, entre otros; personas y empresas optaron por adaptarse al mundo digital para resurgir o comenzar nuevos negocios. Según Oubilla (2020) la transformación digital ya se veía venir, no obstante, la pandemia fue la que aceleró este proceso, manteniendo esta tendencia. En ese aspecto, las redes sociales fueron de mucha ayuda, ya sea como distractores de los diversos problemas que ocurrieron, y también, del sostenimiento y emprendimiento empresarial. Es por ello que Moreno (2015) precisa que las redes sociales están disponibles todo el día, lo que permite prescindir de un acercamiento físico para dialogar con las personas, lo cual es de provecho para las publicidades, donde las personas y empresas promueven su contenido por las redes sociales, provocando interacción con sus seguidores, sin depender de lugar en que se encuentren. En ese sentido, el contenido de una publicación viene a ser lo que cada persona quiere dar a ver mediante un mensaje, algo que quieres comunicar a sus seguidores y público en general (Isabel, 2021)

En la mayoría de entornos digitales, plataformas y aplicativos de fácil acceso a la generación presente, el Tik Tok es el más usado actualmente, con millones usuarios y seguidores. Esta aplicación es una plataforma china de fácil acceso y carga de videos multimedia con efectos que sus fabricantes presumen como los mejores. En ese sentido, la publicación de contenidos ha ido en crecimiento debido a la presentación de videos cortos que nos brinda la aplicación Tik Tok, caracterizada por presentar mensajes pequeños, que pueden ser compartidos con fines de entretenimiento, informativo, publicitario, entre otros.

A nivel mundial, diversos autores analizan cómo las plataformas digitales se han ido reinventando a niveles publicitarios y el avance de las redes sociales en general.

A nivel Internacional, en Estados Unidos, un estudio realizado por (Cristancho, et al., 2022), sobre las estrategias de marketing en las redes sociales

mediante la aplicación Tik Tok e Instagram, demostró que son las más usadas a nivel mundial, porque incrementan los beneficios para los emprendimientos.

A Nivel Nacional, el Perú no fue la excepción a esta tendencia de las redes sociales, por ello (Corilla, 2020) realizó una investigación de cómo el Tik Tok era usado como herramienta de Marketing de contenido para empresas que se dirigían a jóvenes, lo que resalta su importancia que el contenido sea breve y relevante, captando la atención del público más joven.

En la presente investigación analizaremos el contenido brindado por los Tik Toker's José Antonio y Angie, que se hacen llamar "Lossiblings", que son los personajes más influyentes en esta aplicación actualmente en el Perú con más de 26 millones de seguidores y más de 597 millones de "me gusta".

En ese sentido, nos plantearemos el siguiente **problema general**: ¿Cuál es el análisis de características del contenido en las publicaciones en Tik Tok de Lossiblings entre los meses de junio y julio 2022?; así mismo tenemos como problemas específicos: ¿Qué componentes básicos comunicacionales contiene las publicaciones en la aplicación Tik Tok de Lossiblings entre los meses de junio y julio 2022?, ¿Qué aspectos emocionales presentan los comentarios en las publicaciones de la aplicación Tik Tok de Lossiblings entre los meses de junio y julio 2022?, ¿Cuál es el contenido audiovisual que presentan publicaciones de la aplicación Tik Tok de Lossiblings entre los meses de junio y julio 2022?

La investigación tiene justificación práctica, dado que se analizará el contenido brindado por los Tik Toker's Lossiblings, los cuales han generado mayor tendencia en la actualidad, logrando de esta plataforma una herramienta de trabajo muy eficientes mediante sus diversas publicaciones audiovisuales. Se tiene una justificación teórica, puesto que la presente investigación se realizará con el propósito de aportar mayor conocimiento sobre las oportunidades que traen las redes sociales, en especial el Tik Tok, por lo cual se está estaría realizando un análisis de contenido de los presentes Tik Toker's, basado en el autor Krippendorff (1990), el cual sostiene que el análisis de contenido son técnicas de investigación,

basada en inferencias reproducibles y válidas, a partir de datos codificados. Se tiene justificación metodológica, puesto que se va a elaborar guías de observación para analizar las características del contenido en las publicaciones de Lossiblings, para demostrar así la validez y confiabilidad de la investigación.

Dentro del objetivo general de la presente investigación tenemos que se busca: Analizar las características del contenido que publican los Tik Tokers Lossiblings entre los meses de junio y julio 2022; así mismo tenemos como objetivos específicos: analizar los componentes básicos comunicacionales que tienen las publicaciones de la aplicación Tik Tok de Lossiblings entre los meses de junio y julio 2022, analizar los aspectos emocionales que presentan las publicaciones de la aplicación Tik Tok de Lossiblings entre los meses de junio y julio 2022 y analizar el contenido audiovisual que presentan las publicaciones en la aplicación Tik Tok de Lossiblings entre los meses de junio y julio 2022.

II. MARCO TEÓRICO

A continuación, se plantean los antecedentes de esta investigación, dentro de lo antecedentes nacionales tenemos a:

Guzmán (2021), en su tesis se planteó como objetivo: determinar cómo el Tik Tok impactó como estrategia de marketing digital: caso María Pía Copello. La metodología fue cualitativa, de diseño no experimental, donde se tomó una muestra de 18 videos entre el año 2020 y 2021. Se obtuvieron como resultados que en la mayoría de vídeos, no existe diálogo alguno, no obstante, si tienen un carácter publicitario. Concluyó, que el tipo de contenido brindado por María Pía Copello se basan en sus valores, ideología y estilo de vida; mayormente reflejado en moda y maquillaje, donde pese a verse un bajo presupuesto, se tiene una calidad muy alta de imagen, lo cual la posiciona como tendencia.

Jurado (2021), en su tesis se planteó como objetivo analizar el contenido de la campaña como estrategia de marketing digital. La metodología fue mixta, donde se entrevistaron a expertos del marketing digital. Se obtuvieron como resultados, que el contenido de la campaña “3 días de locura” impulso los intereses en compras de fecha, mediante las publicaciones del fan Page de Facebook como canal digital. Concluyó que, mediante el contenido indicado en las plataformas digitales, se puede realizar cierre de venta, sin perder la calidad ni la confiabilidad de los clientes.

Bure (2019), en su tesis se planteó como objetivo analizar cómo es el contenido del fan page “#marca Huancabamba”, en Piura. La metodología fue de tipo descriptivo, aplicada, de diseño no experimental, con una muestra de 100 seguidores online. Se obtuvieron como resultados que el Fan page de la marca, es limitado e insuficiente, lo que genera poca interactividad, además de reacciones negativas de los seguidores. Concluyó que, es necesario tener un plan de publicaciones, que genere un incremento positivo de seguidores, por lo cual también es necesario la promoción del fan page.

Calle (2018), en su tesis se planteó como objetivo: Determinar el contenido de la Página de Facebook en Gerens Hotel. La investigación fue de tipo cualitativo,

de enfoque hermenéutico, se tomó como muestra a 43 publicaciones del Hotel, para luego realizar una encuesta a especialistas en marketing. Se obtuvieron como resultados que el contenido brindado por el hotel en las redes sociales tiene los recursos necesarios para sus fines de marketing mediante fotos, videos, gif; relacionados al hotel. Concluyó que, si bien las publicaciones realizadas contienen la estrategia necesaria para alcanzar más clientes, son pocas las veces que Gerens Hotel promueve sus servicios mediante las redes sociales, mediante Facebook, Instagram o Tik Tok, no teniendo una eficiente estrategia de comunicación con los actuales y futuros clientes.

Llamosas (2018), en su tesis se planteó como objetivo: Analizar el contenido de las Facebook Reactions, para evaluar las estrategias digitales en la imagen de las marcas. La investigación fue de tipo cualitativa, comparando la teoría con la realidad del campo, de diseño etnográfico, con una muestra conformada por Community Managers con 2 años de experiencia en gestión de redes sociales y creación de estrategias digitales. Se obtuvieron como resultados que los Community Managers, tienen opiniones variadas sobre las ventajas y desventajas de las Facebook Reactions. Concluyó, que cada agencia o persona debe manejar sus publicaciones basándose en estrategias digitales, no sólo brindando lo que guste al público sino otro tipo de contenidos que puede abarcar otro tipo de seguidores, además que las Facebook Reactions son cruciales para saber el gusto de los usuarios que ven las publicaciones.

Dentro de los antecedentes internacionales tenemos a:

González (2021), en su tesis se planteó como objetivo Analizar el contenido de redes sociales de la organización “Luna Roja”, cuyo objetivo fue analizar el impacto de este grupo a favor del aborto por violación, abril – setiembre, 2019, en Ecuador. La investigación fue de enfoque cualitativo, de método inductivo. Se obtuvieron como resultados que la organización realizó 118 publicaciones, 20 en abril, 20 en mayo, 9 en junio, 34 en julio, 19 en agosto y 17 en septiembre, de los cuales el tema de mayor relevancia fue el de feminicidio. Concluyó, que la herramienta de Facebook, permitió a la organización Luna Roja a brindar

información al público, ayudando a diversas víctimas mediante contenido de concientización, generando que las personas aporten sus conocimientos a la organización.

Ladina, et al. (2020), en su tesis se planteó como objetivo analizar los contenidos digitales en Facebook: Caso ONG's, en Colombia. La investigación fue de enfoque mixto, donde se tomó como muestra las publicaciones de la web Fan Page Karma. Se obtuvieron como resultados que el tipo de contenido con mayor interacción son los que buscan una educación de paz y de respeto por los Derechos Humanos. Concluyeron que Facebook, permite la interacción de la población en tiempo real, teniendo mayor repercusión y acceso al debate entre diversos participantes, sobre las políticas estatales, buscando un discurso de paz, sobre todo en comunidades afectadas por los fenómenos sociales en Colombia.

Castillo y Guerrero (2020), en su tesis Análisis de contenidos audiovisuales y seguidores de Facebook en los Institutos Tecnológicos Ecuatorianos, con el objetivo de comprobar si las publicaciones de video de estas instituciones inciden en el número de seguidores de las páginas en Facebook. La investigación fue de tipo mixto, tomando como muestra a 275 instituciones, de las cuales solo 158 poseen una página de Facebook. Se obtuvieron como resultados que el 50,63% de los institutos usan medios audiovisuales en sus publicaciones, los cuales presentan mayor alcance de la población y mejor uso de sus recursos. Concluyeron que la difusión de contenidos audiovisuales en las redes sociales, aumentan la cantidad de seguidores.

Purcachi (2019), en su tesis se planteó como objetivo determinar el tipo de contenido en sus plataformas digitales. La investigación fue de tipo cuantitativa y cualitativa. Se obtuvieron como resultados que estos medios aprovechan el contacto con la audiencia e interacción con los seguidores, lo que genera mayores seguidores, no obstante, el contenido no siempre es el correcto. Concluyó que, el contenido inadecuado de las publicaciones en las plataformas digitales afecta el comportamiento de la audiencia de manera positiva o negativa.

Carrillo (2019), en su tesis se planteó como objetivo: Analizar el contenido de las redes sociales de este tipo de organizaciones en Facebook. La investigación fue de tipo descriptivo, tomando como muestra a 86 organizaciones, de las cuales sólo 33 de ellas contaban con un fan Page. Se obtuvieron como resultados que el 61% de las publicaciones contienen Eventos y Actividades y sólo el 2% son publicaciones de Información General. Concluyó, que las organizaciones analizadas están lejos de alcanzar su máximo nivel de gestión de contenidos en las redes sociales.

Para la presente investigación es importante sostenerse sobre la Teoría de la Red Social, Seis grados de separación de Whats (2006) que manifestó que en la tierra se puede estar conectado con cualquier otra persona por medio de una cadena de conocidos solo en seis alcances y en cualquier parte del planeta. La Teoría de Grafos, permite definir una estructura de datos que describen las relaciones que podemos hallar entre usuarios de una red social, y se utilizan solo para saber las interacciones representadas en gráficos, inicialmente se pensaba que se podía aplicar para medir el comportamiento y no en lo que se convirtió en una potente herramienta de comunicación (Carranza, et al., 2018)

Las redes sociales permiten que las personas se interrelacionen por medio de plataformas virtuales; por otro lado, a pesar del aumento de usuarios de las diversas redes sociales, es necesario mejorar estas aplicaciones, dado que aún existen muchas limitaciones y problemas que resolver. (Buxarrais, 2016)

En la actualidad la forma de comunicarse a través de los medios digitales ha ido en constante cambio, así también nuevas aplicaciones en redes sociales, ofreciendo nuevas experiencias Taibo (2018), con esos aspectos apareció la aplicación Tik Tok. Slimovich (2021) menciona que el nombre inicial de Tik Tok es "Douyin", del chino "sacudir la música"; empresa fundada por la empresa ByteDance, en Beijing, China, en el 2016; sin embargo, en el año 2018 se decidió cambiar el nombre a Tik Tok, para fines comerciales. Corilla (2020), sostiene que esta aplicación se basa en crear, compartir y descubrir videos cortos, caracterizándose por su fácil manejo, dado que la misma plataforma lo permite. Es

por ello, que Tik Tok, genera mayores posibilidades de que diversos tipos de contenido puedan volverse virales, apoyado de la baja publicidad, y de que la plataforma permite que cualquier persona vea contenido apenas ingrese a la aplicación, inclusive sin estar registrado.

A continuación, se describirán los principales conceptos de la **variable Análisis de contenido**: Según Fernández (2002) citando a Sociere (2005), menciona que a mediados de los años 90's existía una corriente enfocada en la comunicación de las masas (investigación de comunicación de masas) denominada "teoría del Funcionalismo". Esta corriente inició en el año 1927 con el libro de Harold D. Laswell, donde se analizan los efectos que generan los medios sobre las personas. Mediante esta teoría se puede realizar un análisis de contenido donde se evalúa si las personas reciben el mensaje que el Emisor persigue. Así mismo, Carrillo (2019) citando a Krippendorff (1990), sostiene que "el análisis de contenido es una técnica de investigación, destinada a formular inferencias reproducibles y válidas, a partir de ciertos datos codificados", por lo que concluimos que el **análisis de contenido** podrá medir la eficiencia con la que llega el mensaje brindado y sus efectos. Por último, basaremos nuestra investigación en los KPI de redes sociales, que es un indicador clave de rendimiento, para medir la gestión de estrategias de las redes sociales (Caro, 2018). Dentro de esas KPI, se encuentran como medición los KPI de consumo, los KPI de efectividad, los KPI de interacciones, respecto a las opciones de compartir, menciones, comentarios, me gusta y los KPI de alcance.

Asimismo, esta investigación ha establecido luego de una aproximación teórica y observación al fenómeno planteado que el **análisis de contenido** nos permite evaluar el rendimiento de las redes sociales, como métricas que ayudan a iniciar una estrategia para conseguir una mayor audiencia. En este caso, como **primera categoría** se analizará los componentes básicos comunicacionales, como **segunda categoría**, se analizará los aspectos emocionales y por último la **tercera categoría** se analizará el contenido audiovisual de las publicaciones. Para lo cual tomaremos como partida el estudio del análisis de una cuenta de Tik Tok, realizado por Dohan (2021) que establece los siguientes parámetros:

- Visualizaciones
- Visitas al perfil
- Me gusta
- Comentarios
- Compartir
- El número de seguidores totales
- El género
- La distribución de los seguidores por territorios
- La actividad de los seguidores
- El total de tiempo visualizado
- Tiempo medio de visualización
- Porcentaje de usuarios que han mirado en totalidad el video

En base a nuestra **primera categoría** “Componentes básicos”, donde Goldás (2017) sostiene que la publicidad es una forma de comunicación donde participan diferentes elementos, donde el emisor envía de manera simultánea un mensaje a diversos receptores, con fines de estimular al consumidor a la demanda de un producto o al consumo de contenido. Para lo cual, mencionamos los siguientes indicadores.

- Lenguaje: Visual o Verbal
- Descripción: Se describe a las personas que aparecen en la publicación
- Vestimenta: Informal, Casual, Elegante
- Descripción de actividad en la escena

Respecto a nuestra **segunda categoría** “Aspectos emocionales”; es necesario hablar sobre la “Teoría de la rueda de las emociones” del psicólogo y profesor Robert Plutchik, sostiene que las emociones pueden combinarse entre ellas, en una amplia gama de emociones (Plutchik, 1980). La presente teoría nos ayuda a evaluar cuáles son las emociones de los usuarios hacia el emisor, por lo cual tenemos los siguientes indicadores:

- Positivo: Reacciones positivas al emisor
- Neutral: Reacciones neutrales al emisor
- Negativo: Reacciones negativas al emisor

Respecto a nuestra **tercera categoría** “tipo de contenido audiovisual”, La autoproducción de los adolescentes en TikTok tiene como base la producción de vídeos cortos en fragmentos musicales (Klug, 2020) que ha eclosionado en una especie de zona de juegos visual (Anderson, 2020). Para lo cual tenemos los siguientes indicadores.

- Vídeos: El tipo de video presentado.
- Audios: Se evalúa el tipo de música y su autor.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

La investigación es de tipo básica.

Es básica, porque va a servir de base a la investigación tecnológica o aplicada; siendo esencial y primordial para el progreso de la ciencia (Nicomedes, 2018)

Según la investigación, se tomaron las publicaciones realizadas en la cuenta de Tik Tok de Lossiblings tal como respondan, dichos datos referentes al análisis de las características del contenido en las publicaciones del Tik Tok de Lossiblings, que sirvieron de base para elaborar propuestas y recomendaciones sobre los aspectos positivos y negativos que traen las publicaciones del Tik Tok de los Lossiblings.

Diseño de la investigación

El tipo de diseño es de análisis de contenido, dado que este tipo de análisis puede estudiar datos como mensajes de texto, libros, publicaciones de redes sociales, videos, audio, entre otros (López, 2002)

Según la investigación se realizó un análisis de las características del contenido de las publicaciones de Tik Tok de los Lossiblings en los meses de junio y julio 2022.

3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización

La presente investigación se basa en el análisis de características del contenido de las publicaciones de Tik Tok, la cual según Caro (2018) sostiene que las categorías que lo conforman son: Componentes básicos comunicacionales,

Aspectos emocionales y Contenido audiovisual **La primera categoría** tiene como subcategorías al Lenguaje Visual o textual, descripción, Vestimenta y descripción de actividad en la escena. **La segunda categoría** tiene como subcategorías a los comentarios positivos, neutrales y negativos; Por último, **la tercera categoría** tiene como subcategorías a tipo de video y el audio utilizado. (Savendra, 2022)

3.3. Escenario de estudio

El escenario de estudio de la presente investigación es el Tik Tok de Lossiblings. Según Savendra (2022), especialista en Marketing digital Lossiblings están dentro de los 100 Tik Tokers peruanos más influyentes en el presente año 2022, actualmente su cuenta tiene más de 26,3 millones de seguidores y 600,9 millones de Me gusta; los dueños de esta página son José Antonio y Angie, hermanos peruanos que tienen mayor impacto en sus publicaciones de coreografías y challenges que hacen en cada video que presentan en Tik Tok. Al igual que muchas personas estos jóvenes descargaron la aplicación Tik Tok durante la pandemia donde empezaron a subir videos en sus cuentas personales, hasta que decidieron colaborar juntos para una coreografía, la cual los llevó a la fama. Angie estudió dirección y diseño publicitario y José Antonio estudió Comunicación audiovisual multimedia, lo cual funciona como herramientas fundamentales para lo que se dedican ahora. Cabe resaltar que tienen como visión hacer doblajes, crear marcas de ropa, escribir un libro y adaptarlas para el cine. En ese sentido, cómo proyectan sus publicaciones en la mencionada plataforma social para lograr una cantidad significativa de seguidores y me gusta. donde evaluaremos el tipo de contenido que presentan, la participación que tienen los usuarios y la descripción que tienen las publicaciones.

3.4. Participantes

Para la presente investigación los participantes fueron tomados por muestreo no probabilístico por conveniencia, la cual permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos, por ser de conveniencia, accesibilidad

y proximidad de los sujetos para el investigador (Otzen y Manterola, 2017). En ese sentido, los participantes son las publicaciones de Tik Tok realizados por los Lossiblings durante los meses de junio y julio del presente año 2022, con el fin de lograr los objetivos propuestos.

En ese sentido, la dirección y diseño de las publicaciones realizadas cumple la función de que se presente un contenido de calidad de audio, video, escena y promoción. Así también, la comunicación audiovisual encargada de que el mensaje sea claro y atractivo a los seguidores y usuarios en general.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la presente investigación se empleó la técnica de la observación, la cual según Zapata (2006) sostiene que son procedimientos del investigador para presenciar de manera directa el fenómeno a estudiar, sin tomar acciones, sin modificarlo o manipularlo.

Así mismo, se empleó como instrumento de recolección de datos a la guía de observación, la cual según Piona (2004), sostiene que su estructura corresponde con la sistematicidad de los aspectos que se prevé registrar acerca del objeto. Este instrumento permitirá registrar datos en orden cronológico, práctico y concreto, para poder recolectar un análisis de una situación o problema determinado.

3.6. Procedimiento

Para la recolección de datos se recogió información en el Tik Tok de Lossiblings entre los meses de junio y julio 2022, se diseñaron los instrumentos de validación, los instrumentos serán sometidos a validación por juicio de expertos para garantizar la fiabilidad y validez, para luego emplear las conclusiones y recomendaciones.

3.7. Rigor científico

La presente investigación se basa previamente en los antecedentes ya mencionados que se relacionan con el tema, acorde a las categorías y subcategorías elegidas, donde se recaudó información de artículos científicos, revistas, libros y tesis. Respecto a la elaboración del marco teórico, se estableció la metodología y se aplicó el análisis de estudio para el presente trabajo de investigación. En estos aspectos, se construyó la guía de observación, que tiene el fin de realizar un análisis de contenido en las publicaciones en Tik Tok de Lossiblings. Posterior a ello, se procederá a aplicar la guía de observación, a 11 publicaciones del Tik Tok de Losiblings en los meses de junio y julio, del año 2022, donde las respuestas serán analizadas por un proceso de triangulación, el cual tiene el objetivo de recoger información de diferentes situaciones (Ortiz, 2021)

3.8. Método de análisis de la información

La presente investigación se basó en la técnica de observación, así mismo, se usó el método de triangulación en base a información corroborada de las categorías y subcategorías, marco teórico y resultados de las técnicas obtenidas.

Según Abela (2018), el análisis de contenido es un elemento que se fundamenta en la interpretación de textos, ya sea escrita o grabada, dado que se usa como canal de recopilación de datos, teniendo en cuenta los procedimientos que debe cumplir el método científico. En ese sentido, se realizó un análisis en base a técnicas de recolección de datos, mediante la técnica de la observación, donde Ñaupas, et al., (2018) sostiene que es una técnica de investigación social que utiliza el contacto directo con el sujeto u objeto a investigar. Por lo tanto, el instrumento realizado, se basó en extraer información relevante dada por los participantes, con el fin de analizar y mostrar resultados obtenidos de la investigación.

3.9. Aspectos Éticos

Respecto a los principios éticos que demanda la Universidad César Vallejo, se respetó los tres principios universales de la investigación que son:

- Respeto por las personas, donde los sujetos de investigación deben ser tratados como seres autónomos, que deciden por sí mismos (Alvarez, 2018)
- Beneficencia, en referencia a la obligación de no hacer daño, basándose en un análisis de riesgo y beneficio de los sujetos, asegurando una tasa de riesgo/beneficio en favor del sujeto (Alvarez, 2018)
- Justicia, este principio se refiere a la justicia en la distribución de los sujetos de investigación (Alvarez, 2018)

Así mismo, la presente investigación se redactó conforme a las normas APA 7ma edición, a su vez, su originalidad es evaluada por el reporte de Turnitin.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La presente investigación planteó como problema general la siguiente pregunta: ¿Cuál es el análisis de características del contenido en las publicaciones en Tik Tok de Lossiblings entre los meses de junio y julio 2022? Para ello se realizó el análisis de 11 publicaciones del Tik Tok de Lossiblings en los meses de junio y julio, del año 2022, validadas por tres expertos en la rama de comunicaciones de la carrera de Ciencias de la Comunicación.

A continuación, se presentan los resultados de la presente investigación:

3.1. Análisis de las publicaciones en Tik Tok de Lossiblings

Análisis de la publicación de Tik Tok número 1

Este video es una coreografía que se volvió viral por el influencer “stationv”, el cual usó la canción de Gazy MP, titulada: “Freestyle Diez #1”.

Figura 1

Tik Tok 01-06



El video realizado por Lossiblings fue publicado en Tik Tok el 01 de junio del 2022, la publicación tuvo 164,7 mil me gusta, 534 mensajes y 291 compartidas.

Sobre la categoría 1:

En cuanto a la primera categoría “Componentes Básicos”, los resultados de esta investigación muestran que, en la publicación se utiliza el lenguaje no verbal, al visualizar a los personajes realizando una coreografía de la canción “Freestyle Diez #1” en la publicación, en la cual se destaca una vestimenta de estilo urbano en una escena determinada.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Guzmán (2021) menciona que la mayoría de influencers que usan Tik Tok, tienen contenido sin diálogo alguno, no obstante, si tienen un carácter publicitario, por lo que se coincide con el autor porque debido al contexto en que se realiza la presente publicación, se busca llegar a las personas por medio de acciones no verbales.

Sobre la categoría 2:

En cuanto a la segunda categoría “Aspectos emocionales”, los resultados de esta investigación muestran que los comentarios son positivos y neutrales, evidenciando el gusto que tienen los seguidores de Lossiblings por el trabajo realizado en esta publicación.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Bure (2019) menciona que, los seguidores generan comentarios positivos respecto al contenido realizado de manera estratégica, por lo que coincide con el autor porque la publicación realizada por Lossiblings generó comentarios positivos en los seguidores, debido al contenido presentado que impacto en los usuarios.

Sobre la categoría 3.

En cuanto a la tercera categoría “Contenido audiovisual”, los resultados de esta investigación muestran que el Video y Audio, evidencian un contenido dirigido a un sector joven, en todo el plano general, por la escena, la vestimenta, la coreografía, y la música utilizada del autor Gazy MP.

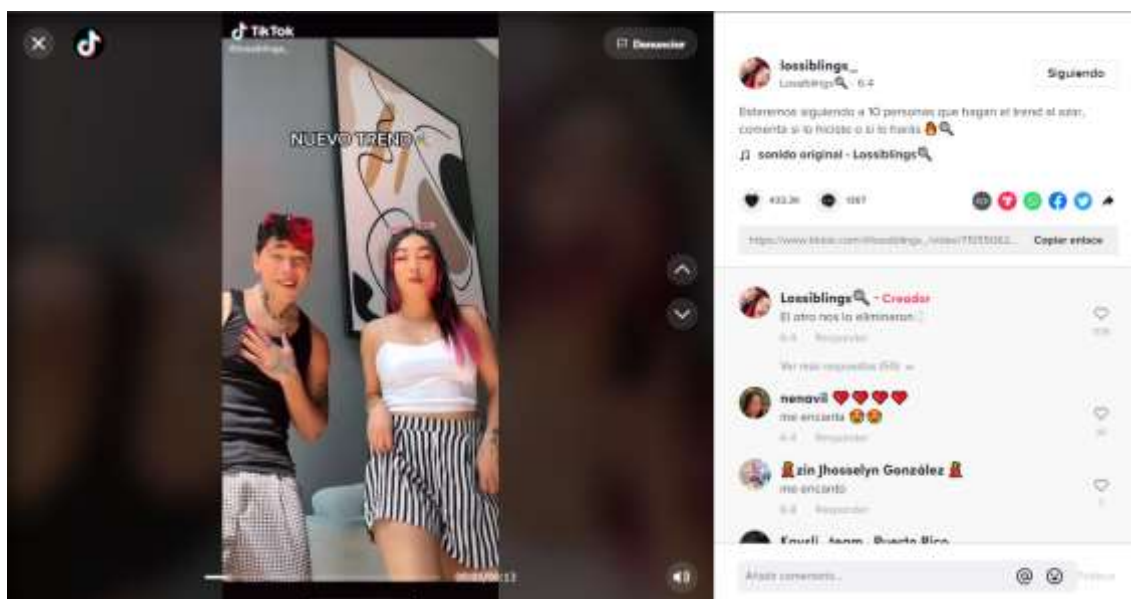
En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Castillo y Guerrero (2020) menciona que, los medios audiovisuales tienen un mayor alcance en la población y mejor uso de recursos, aumentando la cantidad de seguidores por lo que coincide con el autor debido al contenido audiovisual presentado por Lossiblings, se logró impactar a un sector joven, e inclusive a un sector en general.

Análisis de la publicación de Tik Tok número 2

Este video es una coreografía que se volvió viral por los mismo influencers Lossiblings convirtiéndose en un trend, el cual usó la canción de Bad Bunny titulada: “Efecto”.

Figura 2

Tik Tok 04-06



El video realizado por Lossiblings fue publicado en Tik Tok el 04 de junio del 2022, la publicación tuvo 433 mil me gusta, 1367 mensajes y 411 compartidas.

Sobre la categoría 1:

En cuanto a la primera categoría “Componentes Básicos”, los resultados de esta investigación muestran que, en la publicación se utiliza el lenguaje no verbal, al visualizar a los personajes realizando una coreografía de la canción “efecto” en

la publicación, en la cual se destaca una vestimenta de estilo casual en una escena determinada.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Guzmán (2021) menciona que la mayoría de influencers que usan Tik Tok, tienen contenido si diálogo alguno, no obstante, si tienen un carácter publicitario, por lo que coincide con el autor debido al contexto en que se realiza la presente publicación, se busca llegar a las personas por medio de acciones no verbales.

Sobre la categoría 2:

En cuanto a la segunda categoría “Aspectos emocionales”, los resultados de esta investigación muestran que los Comentarios son positivas y neutrales, evidenciando el gusto que tienen los seguidores de Lossiblings por el trabajo realizado en esta publicación.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Calle (2018) menciona que, las publicaciones realizadas estratégicamente generan un impacto en los comentarios de los seguidores respecto al trabajo realizado para promocionar tu contenido, por lo que coincide con el autor dado que la publicación realizada por Lossiblings generó no solo comentarios positivos en los seguidores, sino que impulso a los seguidores a realizar la misma coreografía, volviéndola una publicación viral,

Sobre la categoría 3.

En cuanto a la tercera categoría “Contenido audiovisual”, los resultados de esta investigación muestran que el Video y Audio, tienen un contenido dirigido a un sector joven, en todo el plano general, por la escena, la vestimenta, la coreografía, y la música utilizada del autor Bad Bunny.

En cuantos a los resultados obtenidos en los antecedentes, Castillo y Guerrero (2020) menciona que, los medios audiovisuales tienen un mayor alcance en la población y mejor uso de recursos, aumentando la calidad de seguidores, por lo que coincide con el autor debido al contenido audiovisual presentado por Lossiblings, se logró impactar a un sector joven, e inclusive a un sector en general. Así mismo, la música utilizada de forma inédita para una coreografía en Tik Tok, es decir que aún no se usó para determinado fin en dicha plataforma, se volvió viral, que impulso a los seguidores a repetir la publicación es sus plataformas.

Análisis de la publicación de Tik Tok número 3

Este video es playback que se volvió viral por los influencers Kelly y David en su página los busta_brorhers, convirtiéndose en viral, el cual usó parte de la letra de la canción de Bad Bunny y Tony Dize titulada: “La corriente”.

Figura 3

Tik Tok 18-06



El video realizado por Lossiblings fue publicado en Tik Tok el 18 de junio del 2022, la publicación tuvo 301 mil me gusta, 774 mensajes y 549 compartidas.

Sobre la categoría 1:

En cuanto a la primera categoría “Componentes Básicos”, los resultados de esta investigación muestran que, en la publicación se utiliza el lenguaje verbal al visualizar a los personajes realizando un playback de una actuación que uso parte de la letra de la canción “La corriente”, en la cual se destaca una vestimenta de estilo hippie en una escena determinada.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Guzmán (2021) menciona que la mayoría de influencers que usan Tik Tok, tienen contenido sin diálogo alguno, por lo que, discrepa justamente con los resultados de la investigación porque debido al contexto en que se realiza el video, se hace uso de una actuación hablada.

Sobre la categoría 2:

En cuanto a la segunda categoría “Aspectos emocionales”, los resultados de esta investigación muestran que los Comentarios son neutrales, evidenciando la percepción que tienen los seguidores de Lossiblings sobre la actuación realizada en esta publicación.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Ladina, et al. (2020) menciona que, las plataformas digitales tienen la opción de interactuar con el creador de contenido en tiempo real, accediendo al debate mediante comentarios entre otros usuarios, por lo que coincide con el autor dado que la publicación realizada por Lossiblings generó comentarios neutrales, donde los seguidores daban su perspectiva de lo actuado, debido a la realización de un contenido diferente a lo usual.

Sobre la categoría 3.

En cuanto a la tercera categoría “Contenido audiovisual”, los resultados de esta investigación muestran que el Video y Audio, evidencian un contenido dirigido a un sector joven, en todo el plano general, por la escena, la vestimenta y la actuación.

En cuantos, a los resultados obtenidos en los antecedentes, Llamosas (2018) cada agencia o persona debe manejar sus publicaciones basándose en estrategias digitales, no sólo brindando lo que guste al público sino otro tipo de contenidos que puede abarcar otro tipo de seguidores, por lo que coincide con el autor debido al contenido presentado por Lossiblings, se logró impactar a un sector joven, e inclusive a un sector en general. Así mismo, no se hizo uso de música, solo de video y audio, lo que varía el contenido que brindan Lossiblings, que es de coreografía.

Análisis de la publicación de Tik Tok número 4

En este video se realizó una coreografía que se volvió viral por Lossiblings, el cual se usó la canción de Bad Bunny y Jhayco titulada: "Tarot".

Figura 4

Tik Tok 20-06



El video realizado por Lossiblings fue publicado en Tik Tok el 20 de junio del 2022, la publicación tuvo 499 mil me gusta, 1210 mensajes y 723 compartidas.

Sobre la categoría 1:

En cuanto a la primera categoría “Componentes Básicos”, los resultados de esta investigación muestran que, en la publicación se utiliza el lenguaje no verbal, al visualizar a los personajes realizando una coreografía que se volvió viral con la canción “Tarot”, en la cual se destaca una vestimenta de estilo hippie en una escena determinada.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Guzmán (2021) menciona que la mayoría de influencers que usan Tik Tok, tienen contenido sin diálogo alguno, por lo que coincide con el autor dado que el video realizado se hace en un contexto coreográfico.

Sobre la categoría 2:

En cuanto a la segunda categoría “Aspectos emocionales”, los resultados de esta investigación muestran que los Comentarios son positivos, evidenciando una percepción positiva que tienen los seguidores de Lossiblings sobre el trabajo realizado.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Calle (2018) menciona que, las publicaciones realizadas con estrategia generan mayor reacción en los comentarios, por lo que coincide con el autor dado que la publicación realizada por Lossiblings generó comentarios positivos, además que impulso a otros a realizar la coreografía, donde ya más de 600.000 realizaron el mismo video.

Sobre la categoría 3.

En cuanto a la tercera categoría “Contenido audiovisual”, los resultados de esta investigación muestran que el Video y Audio, evidencian un contenido dirigido a un sector joven, tanto en lo musical con la canción de bad bunny y Jhayco denominada Tarot.

En cuantos, a los resultados obtenidos en los antecedentes, Bure (2019) sostiene que es necesario tener un plan un plan de publicaciones, que genere un incremento

positivo de seguidores, por lo que, coincide justamente con los resultados de la investigación, porque debido al contenido presentado por Lossiblings, se logró impactar a un sector joven, e inclusive a un sector en general; haciendo uso de estrategias y un plan de trabajo, delimitando el tipo de video y música.

Análisis de la publicación de Tik Tok número 5

Este video se realizó una coreografía que se volvió viral por Lossiblings, el cual se usó la canción de Bad Bunny y Jhayco titulada: “Tarot”.

Figura 5

Tik Tok 29-06

En este video se realizó una coreografía que se volvió viral por Lossiblings, el cual se realizó con un arreglo del DJ: Johmomusic de la Canción “3G remix” de Wisin, Yandel, Farruko.



El video realizado por Lossiblings fue publicado en Tik Tok el 28 de junio del 2022, la publicación tuvo 393 mil me gusta, 12000 mensajes y 299 compartidas.

Sobre la categoría 1:

En cuanto a la primera categoría “Componentes Básicos”, los resultados de esta investigación muestran que, en la publicación se utiliza el lenguaje no verbal, al visualizar a los personajes realizando una coreografía que se volvió viral, el cual se realizó con un arreglo del DJ: Johmomusic de la Canción “3G remix” de Wisin, Yandel, Farruko; en el cual se destaca una vestimenta de estilo casual en una escena determinada, con la compañía de la influencer “Fabiola”.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Guzmán (2021) menciona que la mayoría de influencers que usan Tik Tok, tienen contenido sin diálogo alguno, por lo que, coincide justamente con los resultados de la investigación, dado que el video realizado se hace en un contexto coreográfico, además en compañía de otra influencer, la cual también participo de la coreografía.

Sobre la categoría 2:

En cuanto a la segunda categoría “Aspectos emocionales”, los resultados de esta investigación muestran que los Comentarios son positivos, evidenciando una percepción positiva que tienen los seguidores de Lossiblings sobre el trabajo realizado.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Guzmán (2021) menciona que, el contenido basado en valores, ideología y estilo de vida, genera comentarios neutrales sobre la vida en general, por lo que, coincide justamente con los resultados de la investigación, dado que la publicación realizada por Lossiblings generó comentarios positivos, sobre el color de cabello que usaban antes Lossiblings; debido a que ya tienen usuarios que están pendientes de lo que realizan en cada publicación y están apegados a su vida cotidiana que publican.

Sobre la categoría 3.

En cuanto a la tercera categoría “Contenido audiovisual”, los resultados de esta investigación muestran que el Video y Audio, evidencian un contenido dirigido a un sector joven, tanto en lo musical con un arreglo del DJ: Johmomusic de la

Canción “3G remix” de Wisin, Yandel, Farruko; y en lo Visual, respecto a la coreografía.

En cuantos a los resultados obtenidos en los antecedentes, Llamosas (2018) sostiene que cada persona debe manejar sus publicaciones basándose en estrategias digitales, no sólo brindando lo que guste al público sino otro tipo de contenidos que puede abarcar otro tipo de seguidores; por lo que, coincide justamente con los resultados de la investigación, porque debido al contenido presentado por Lossiblings, se logró impactar a un sector joven, e inclusive a un sector en general; basado en aspectos personales de Lossiblings.

Análisis de la publicación de Tik Tok número 6

Este video se realizó una coreografía que se volvió viral por Lossiblings, el cual se usó la canción de Becky G: “Fulanito”.

Figura 6

Tik Tok 04-07

En este video se realizó una coreografía por Lossiblings, el cual se realizó en compañía con Becky G, donde interpretaron la canción Fulanito, cuya autora es la misma Becky G.



El video realizado por Lossiblings fue publicado en Tik Tok el 04 de julio del 2022, la publicación tuvo 1,9 millones de me gusta, 3511 mensajes y 2007 compartidas.

Sobre la categoría 1:

En cuanto a la primera categoría "Componentes Básicos", los resultados de esta investigación muestran que, en la publicación se utiliza el lenguaje no verbal, al visualizar a los personajes realizando una coreografía que se volvió viral, el cual se realizó en compañía con Becky G, donde interpretaron la canción "Fulanito", cuya autora es la misma Becky G, en la cual se destaca una vestimenta de estilo casual en una escena determinada.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Guzmán (2021) menciona que la mayoría de influencers que usan Tik Tok, tienen contenido sin diálogo alguno, por lo que, coincide justamente con los resultados de la investigación, dado que el video realizado se hace en un contexto coreográfico, además en compañía de la cantante Becky G, la cual también participo de la coreografía.

Sobre la categoría 2:

En cuanto a la segunda categoría "Aspectos emocionales", los resultados de esta investigación muestran que los Comentarios son positivos, evidenciando una percepción positiva que tienen los seguidores de Lossiblings sobre el trabajo realizado.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Jurado (2021) menciona que, el contenido indicado en las plataformas digitales, sin perder la calidad genera comentarios positivos por parte de los usuarios, por lo que, coincide justamente con los resultados de la investigación, dado que la publicación realizada por Lossiblings generó comentarios positivos, además tuvo mucho impacto por la participación de la reconocida cantante Becky G.

Sobre la categoría 3.

En cuanto a la tercera categoría “Contenido audiovisual”, los resultados de esta investigación muestran que el Video y Audio, evidencian un contenido dirigido a un sector joven, tanto en lo musical con la canción “Fulanito” de Becky G; con en lo Visual por la coreografía realizada por Lossiblings y Becky G.

En cuantos a los resultados obtenidos en los antecedentes, Calle (2018) sostiene que las publicaciones debe realizar las estrategia necesaria para alcanzar más seguidores, por lo que, coincide justamente con los resultados de la investigación, porque debido al contenido presentado por Lossiblings, se logró impactar a un sector joven, e inclusive a un sector en general; además tuvo un impacto mayor por la colaboración de Becky G en la coreografía, reflejado en la cantidad de me gusta, comentarios y compartidos.

Análisis de la publicación de Tik Tok número 7

Este video es playback que se volvió viral por el influencer “pantojats” en su página convirtiéndose en viral.

Figura 7

Tik Tok 18-06



El video realizado por Lossiblings fue publicado en Tik Tok el 6 de julio del 2022, la publicación tuvo 1,6 millones me gusta, 7762 mensajes y 2352 compartidas.

Sobre la categoría 1:

En cuanto a la primera categoría “Componentes Básicos”, los resultados de esta investigación muestran que, en la publicación se utiliza el lenguaje verbal al visualizar a los personajes realizando un playback de una actuación del influencer “pantojats”, en la cual se destaca una vestimenta de estilo hippie en una escena determinada.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Guzmán (2021) menciona que la mayoría de influencers que usan Tik Tok, tienen contenido sin diálogo alguno, por lo que, discrepa justamente con los resultados de la investigación porque debido al contexto en que se realiza el video, se hace uso de una actuación hablada.

Sobre la categoría 2:

En cuanto a la segunda categoría “Aspectos emocionales”, los resultados de esta investigación muestran que los Comentarios son neutrales, evidenciando la percepción que tienen los seguidores de Lossiblings sobre la actuación realizada en esta publicación.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Ladina, et al. (2020) menciona que, las plataformas digitales tienen la opción de interactuar con el creador de contenido en tiempo real, accediendo al debate mediante comentarios entre otros usuarios, por lo que, coincide justamente con los resultados de la investigación, dado que la publicación realizada por Lossiblings generó comentarios neutrales, donde los seguidores daban su perspectiva de lo actuado.

Sobre la categoría 3.

En cuanto a la tercera categoría “Contenido audiovisual”, los resultados de esta investigación muestran que el Video y Audio, evidencian que es un contenido dirigido a un sector joven, en todo el plano general, por la escena, la vestimenta y la actuación.

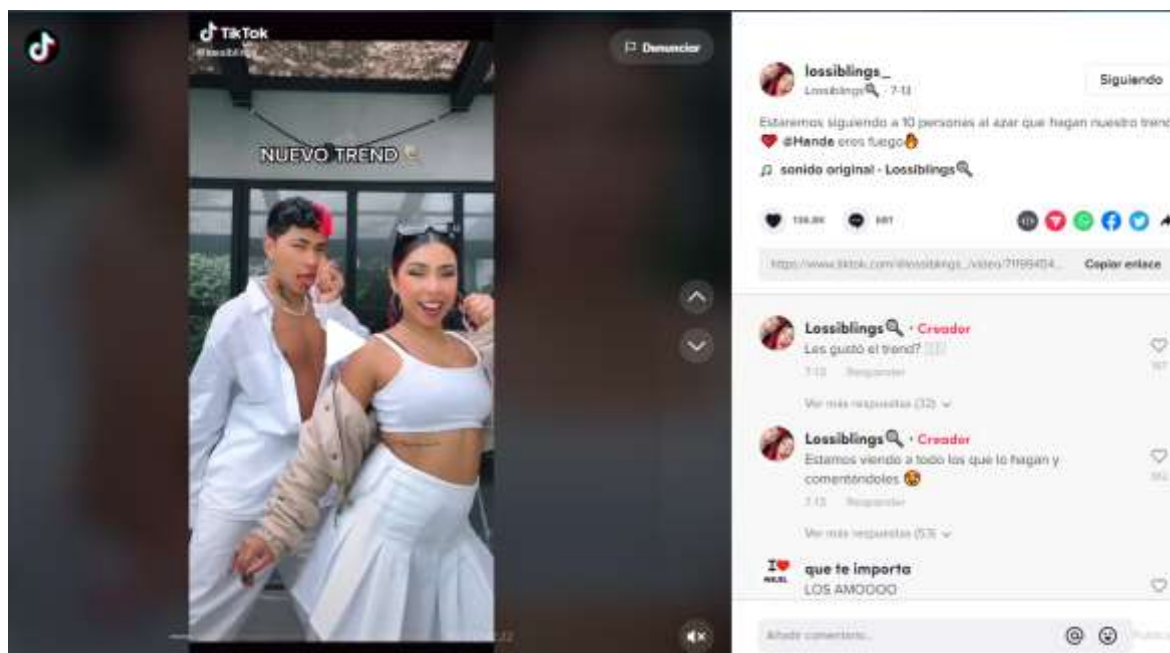
En cuantos, a los resultados obtenidos en los antecedentes, Llamosas (2018) cada agencia o persona debe manejar sus publicaciones basándose en estrategias digitales, no sólo brindando lo que guste al público sino otro tipo de contenidos que puede abarcar otro tipo de seguidores, por lo que, coincide justamente con los resultados de la investigación, porque debido al contenido presentado por Lossiblings, se logró impactar a un sector joven, e inclusive a un sector en general. Así mismo, no se hizo uso de música, solo de video y audio, lo que varía el contenido que brindan Lossiblings, que es de coreografía.

Análisis de la publicación de Tik Tok número 8

Este video es una coreografía que se volvió viral por los mismo influencers Lossiblings convirtiéndose en un trend, el cual usó la canción de Handa titulada: “Alcohol”.

Figura 8

Tik Tok 13-07



El video realizado por Lossiblings fue publicado en Tik Tok el 13 de julio del 2022, la publicación tuvo 136 mil me gusta, 681 mensajes y 446 compartidas.

Sobre la categoría 1:

En cuanto a la primera categoría “Componentes Básicos”, los resultados de esta investigación muestran que, en la publicación se utiliza el lenguaje no verbal, al visualizar a los personajes realizando una coreografía de la canción “Alcohol” en la publicación, en la cual se destaca una vestimenta de estilo casual en una escena determinada.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Guzmán (2021) menciona que la mayoría de influencers que usan Tik Tok, tienen contenido si diálogo alguno, no obstante, si tienen un carácter publicitario, por lo que, coincide justamente con los resultados de la investigación porque debido al contexto en que se realiza la presente publicación, se busca llegar a las personas por medio de acciones no verbales.

Sobre la categoría 2:

En cuanto a la segunda categoría “Aspectos emocionales”, los resultados de esta investigación muestran que los comentarios son positivos y neutrales, evidenciando el gusto que tienen los seguidores de Lossiblings por el trabajo realizado en esta publicación.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Calle (2018) menciona que, las publicaciones realizadas estratégicamente genera un impacto en los comentarios de los seguidores respecto al trabajo realizado para promocionar tu contenido, por lo que, coincide justamente con los resultados de la investigación, dado que la publicación realizada por Lossiblings generó no solo comentarios positivos en los seguidores, sino que impulso a los seguidores a realizar la misma coreografía, volviéndola una publicación viral.

Sobre la categoría 3.

En cuanto a la tercera categoría “Contenido audiovisual”, los resultados de esta investigación muestran que el Video y Audio, evidencian un contenido dirigido

a un sector joven, en todo el plano general, por la escena, la vestimenta, la coreografía, y la música utilizada del autor Bad Bunny.

En cuantos a los resultados obtenidos en los antecedentes, Castillo y Guerrero (2020) menciona que, los medios audiovisuales tienen un mayor alcance en la población y mejor uso de recursos, aumentando la calidad de seguidores, por lo que, coincide justamente con los resultados de la investigación, porque debido al contenido audiovisual presentado por Lossiblings, se logró impactar a un sector joven, e inclusive a un sector en general. Así mismo, la música utilizada de forma inédita para una coreografía en Tik Tok, es decir que aún no se usó para determinado fin en dicha plataforma, se volvió viral, que impulso a los seguidores a repetir la publicación en sus plataformas.

Análisis de la publicación de Tik Tok número 9

Este video se realizó una coreografía que se volvió viral por Lossiblings, el cual se usó la canción de Ultra Solo: “por ti”.

Figura 9

Tik Tok 16-07

En este video se realizó una coreografía por Lossiblings, el cual se realizó en compañía con Kimberly Loaiza, donde interpretaron la canción “por ti”, cuyo autor es Ultra Solo.



El video realizado por Lossiblings fue publicado en Tik Tok el 16 de julio del 2022, la publicación tuvo 766 mil de me gusta, 6358 mensajes y 2032 compartidas.

Sobre la categoría 1:

En cuanto a la primera categoría “Componentes Básicos”, los resultados de esta investigación muestran que, en la publicación se utiliza el lenguaje no verbal, al visualizar a los personajes realizando una coreografía que se volvió viral, el cual se realizó en compañía de Kimberly Loaiza, donde interpretaron la canción “por ti”, cuyo autor es Ultra Solo, en la cual se destaca una vestimenta de estilo casual en una escena determinada.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Guzmán (2021) menciona que la mayoría de influencers que usan Tik Tok, tienen contenido sin diálogo alguno, por lo que, coincide justamente con los resultados de la investigación, dado que el video realizado se hace en un contexto coreográfico, además en compañía de Kimberly Loaiza, la cual también participo de la coreografía.

Sobre la categoría 2:

En cuanto a la segunda categoría “Aspectos emocionales”, los resultados de esta investigación muestran que los Comentarios son positivos, evidenciando una

percepción positiva que tienen los seguidores de Lossiblings sobre el trabajo realizado.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Jurado (2021) menciona que, el contenido indicado en las plataformas digitales, sin perder la calidad generando comentarios positivos por parte de los usuarios, por lo que, coincide justamente con los resultados de la investigación, dado que la publicación realizada por Lossiblings generó comentarios positivos, además tuvo mucho impacto por la participación de Kimberly Loaiza.

Sobre la categoría 3.

En cuanto a la tercera categoría “Contenido audiovisual”, los resultados de esta investigación muestran que el Video y Audio, evidencian un contenido dirigido a un sector joven, tanto en lo musical con la canción “por ti” de Ultra Solo; con en lo Visual por la coreografía realizada por Lossiblings y Kimberly Loaiza.

En cuantos a los resultados obtenidos en los antecedentes, Calle (2018) sostiene que las publicaciones debe realizar las estrategia necesaria para alcanzar más seguidores, por lo que, coincide justamente con los resultados de la investigación, porque debido al contenido presentado por Lossiblings, se logró impactar a un sector joven, e inclusive a un sector en general; además tuvo un impacto mayor por la colaboración de Kimberly Loaiza en la coreografía, reflejado en la cantidad de me gusta, comentarios y compartidos.

Análisis de la publicación de Tik Tok número 10

Este video es playback que se volvió viral por el influencer “mily_sayago_ook” en su página convirtiéndose en viral.

Figura 10

Tik Tok 18-07



El video realizado por Lossiblings fue publicado en Tik Tok el 18 de julio del 2022, la publicación tuvo 593 mil me gusta, 830 mensajes y 1564 compartidas.

Sobre la categoría 1:

En cuanto a la primera categoría “Componentes Básicos”, los resultados de esta investigación muestran que, en la publicación se utiliza el lenguaje verbal al visualizar a los personajes realizando un playback de una actuación del influencer “mily_sayago_ook”, en la cual se destaca una vestimenta de estilo casual en una escena determinada.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Guzmán (2021) menciona que la mayoría de influencers que usan Tik Tok, tienen contenido sin diálogo alguno, por lo que, discrepa justamente con los resultados de la investigación porque debido al contexto en que se realiza el video, se hace uso de una actuación hablada.

Sobre la categoría 2:

En cuanto a la segunda categoría “Aspectos emocionales”, los resultados de esta investigación muestran que la sub categoría específica Comentarios son

neutrales, evidenciando la percepción que tienen los seguidores de Lossiblings sobre la actuación realizada en esta publicación.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Ladina, et al. (2020) menciona que, las plataformas digitales tienen la opción de interactuar con el creador de contenido en tiempo real, accediendo al debate mediante comentarios entre otros usuarios, por lo que, coincide justamente con los resultados de la investigación, dado que la publicación realizada por Lossiblings generó comentarios neutrales, donde los seguidores daban su perspectiva de lo actuado.

Sobre la categoría 3.

En cuanto a la tercera categoría “Contenido audiovisual”, los resultados de esta investigación muestran que las sub categorías específicas Video y Audio, evidencian que es un contenido dirigido a un sector joven, en todo el plano general, por la escena, la vestimenta y la actuación.

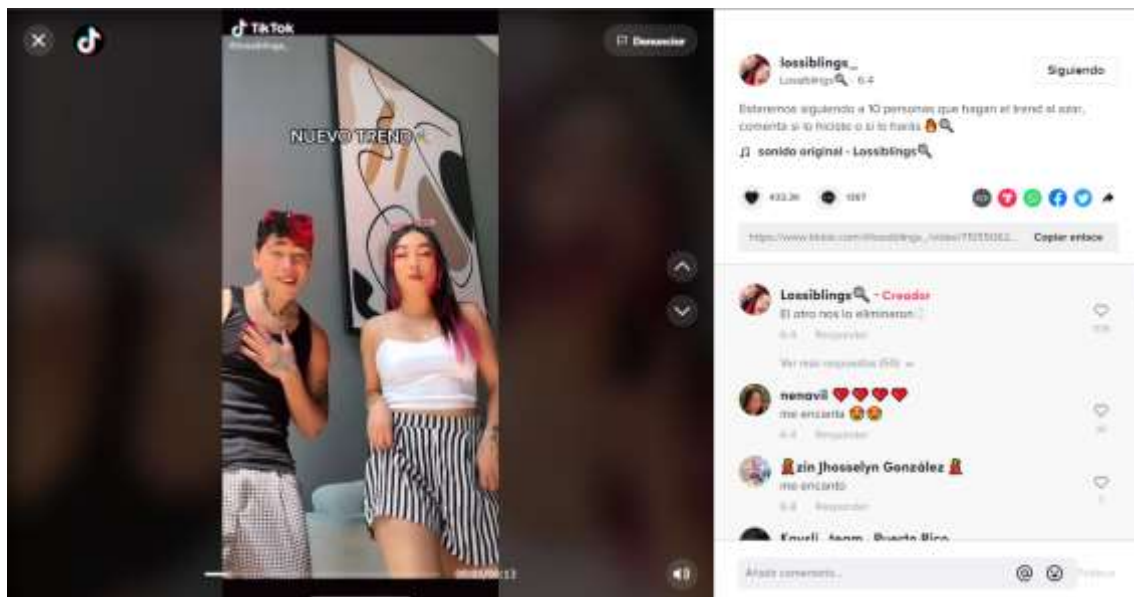
En cuantos, a los resultados obtenidos en los antecedentes, Llamosas (2018) cada agencia o persona debe manejar sus publicaciones basándose en estrategias digitales, no sólo brindando lo que guste al público sino otro tipo de contenidos que puede abarcar otro tipo de seguidores, por lo que, coincide justamente con los resultados de la investigación, porque debido al contenido presentado por Lossiblings, se logró impactar a un sector joven, e inclusive a un sector en general. Así mismo, no se hizo uso de música, solo de video y audio, lo que varía el contenido que brindan Lossiblings, que es de coreografía.

Análisis de la publicación de Tik Tok número 11

Este video es una coreografía que se volvió viral por el influencer “gumagu_oficial” convirtiéndose en un trend, el cual usó el remix de canciones brasileñas.

Figura 11

Tik Tok 30-07



El video realizado por Lossiblings fue publicado en Tik Tok el 30 de julio del 2022, la publicación tuvo 762 mil me gusta, 1309 mensajes y 999 compartidas.

Sobre la categoría 1:

En cuanto a la primera categoría “Componentes Básicos”, los resultados de esta investigación muestran que, en la publicación se utiliza el lenguaje no verbal, al visualizar a los personajes realizando una coreografía de un remix de canciones brasileras en la publicación, en el cual se destaca una vestimenta de estilo casual en una escena determinada.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Guzmán (2021) menciona que la mayoría de influencers que usan Tik Tok, tienen contenido si diálogo alguno, no obstante, si tienen un carácter publicitario, por lo que, coincide justamente con los resultados de la investigación porque debido al contexto en que se realiza la presente publicación, se busca llegar a las personas por medio de acciones no verbales.

Sobre la categoría 2:

En cuanto a la segunda categoría “Aspectos emocionales”, los resultados de esta investigación muestran que los Comentarios son positivos y neutrales,

evidenciando el gusto que tienen los seguidores de Lossiblings por el trabajo realizado en esta publicación.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Calle (2018) menciona que, las publicaciones realizadas estratégicamente genera un impacto en los comentarios de los seguidores respecto al trabajo realizado para promocionar tu contenido, por lo que, coincide justamente con los resultados de la investigación, dado que la publicación realizada por Lossiblings generó no solo comentarios positivos en los seguidores, sino que impulso a los seguidores a realizar la misma coreografía, volviéndola una publicación viral.

Sobre la categoría 3.

En cuanto a la tercera categoría “Contenido audiovisual”, los resultados de esta investigación muestran que el Video y Audio, evidencian un contenido dirigido a un sector joven, en todo el plano general, por la escena, la vestimenta, la coreografía, y la música utilizada del autor Bad Bunny.

En cuantos a los resultados obtenidos en los antecedentes, Castillo y Guerrero (2020) menciona que, los medios audiovisuales tienen un mayor alcance en la población y mejor uso de recursos, aumentando la calidad de seguidores, por lo que, coincide justamente con los resultados de la investigación, porque debido al contenido audiovisual presentado por Lossiblings, se logró impactar a un sector joven, e inclusive a un sector en general. Así mismo, la música utilizada de forma inédita para una coreografía en Tik Tok, es decir que aún no se usó para determinado fin en dicha plataforma, se volvió viral, que impulso a los seguidores a repetir la publicación es sus plataformas.

V. CONCLUSIONES

A continuación, se presentan las conclusiones de la presente investigación:

Respecto al objetivo general, analizar las características del contenido que publican los Tik Tokers Lossiblings entre los meses de junio y julio 2022, el cual tiene como categorías los componentes básicos comunicacionales, aspectos emocionales y el contenido audiovisual, se ha podido demostrar que, estos elementos permiten segmentar una gran cantidad de audiencia, ya que todos estos elementos de estilo propio, usando formatos publicados, adaptándose a las nuevas tendencias tiene el fin de atraer más seguidores.

De este modo, se confirma la teoría sobre el “Análisis de contenido” por Krippendorff, el cual sostiene que es una técnica de investigación, destinada a formular inferencias reproducibles y válidas, a partir de ciertos datos codificados, por lo que concluimos que el análisis de contenido sobre las publicaciones de Tik Tok de Lossiblings nos permitió medir la eficiencia con la que llega el mensaje brindado y sus efectos.

Respecto al objetivo específico 1, analizar los componentes básicos comunicacionales que tienen las publicaciones de la aplicación Tik Tok de Lossiblings entre los meses de junio y julio 2022, constituido por las sub categorías lenguaje, descripción vestimenta, descripción de la actividad en escena, se ha podido demostrar que el lenguaje en la mayoría de publicaciones es no verbal, que la vestimenta utilizada siempre es de estilo urbano y que la actividad realizada en escena en su mayoría es coreográfica.

De este modo, se confirma la primera categoría sobre componentes básicos de Goldás, quien afirma que las publicaciones tienen diversas formas de comunicación, donde el emisor envía un mensaje a diversos usuarios, con la finalidad de estimular al consumidor al consumo del contenido. En ese sentido, Guzmán en su tesis sobre el Tik Tok como marketing digital, sostiene que la mayoría de publicaciones de Tik Tok, no cuentan diálogo alguno.

Respecto al objetivo específico 2, sobre analizar los aspectos emocionales que presentan las publicaciones de la aplicación Tik Tok de Lossiblings entre los meses de junio y julio 2022, constituido por las subcategorías positivo, neutral y negativo, se ha podido demostrar que la mayoría de publicaciones cuentan con comentarios positivos por parte de los seguidores, y pocas veces hacen uso de comentarios neutrales, no obstante, no se evidenciaron ningún comentario negativo.

De este modo, se confirma la “Teoría de la rueda de las emociones” de Plutchik, el cual sostiene que las emociones pueden combinarse entre ellas, en una amplia gama de emociones. Esta teoría nos permite evaluar cuales son las emociones de los usuarios hacia el emisor. Por otro lado, Bure en su tesis sobre el contenido del fan page “#marca Huancabamba”, sostiene que, el contenido indicado en las plataformas digitales, sin perder la calidad genera comentarios positivos por parte de los usuarios.

Respecto al objetivo específico 3, sobre analizar el contenido audiovisual que presentan las publicaciones en la aplicación Tik Tok de Lossiblings entre los meses de junio y julio 2022, constituido por las subcategorías Video y Audio; se ha podido demostrar que las publicaciones siempre presentan un video enfocado a un sector joven, así mismo, en la mayoría de publicaciones se utilizaron canciones que están de moda, o son muy utilizados por otros influencers, con el objetivo de ser tendencia.

De este modo, se confirma el análisis de Klug, sobre la autoproducción, respecto, dado que la aplicación TikTok se basa en la interpretación de vídeos cortos basados en fragmentos musicales; por lo general realizado por adolescentes, donde en muchas ocasiones mezclan las canciones para sus propios fines de creación de contenido.

VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda que la mayoría de publicaciones en Tik Tok se centren en un tipo de lenguaje no verbal, basado en coreografías; con un estilo de vestimenta urbano; lo cual ha logrado un gran impacto en un sector joven en la plataforma de Tik Tok.

Así también, se recomienda que las publicaciones en Tik Tok deben ser analizadas mediante los aspectos emocionales, es decir, los comentarios que dejan los seguidores en cada publicación; por lo cual, de ser positiva, neutral o negativa, es necesario realizar un autoanálisis para seguir mejorando el contenido que se brinda en cada publicación. Así mismo, se recomienda hacer colaboraciones con otros influencers o artistas conocidos, dado que genera un mayor alcance de seguidores y comentarios.

En cuanto a la puesta en escena y el contenido audiovisual se recomienda que puedan tener relación, y estén dirigidas a un intervalo de edades que se quiera alcanzar mediante lo que se presenta en cada publicación.

En ese sentido, realizar un análisis de las características de Tik Tok puede generar un mayor alcance a los creadores de contenido y a las empresas que busquen publicitar su marca, buscando un estilo propio, analizando los comentarios y segmentando una audiencia en específico.

REFERENCIAS

- Abela. (2018). *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*. Granada, España: Universidad de Granada. Recuperado el 13 de Agosto de 2022, de <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/02/Andreu.-analisis-de-contenido.-34-pags-pdf.pdf>
- Alvarez, P. (2018). *Ética e Investigación*. Santiago de Cali, Colombia: Universidad De Santiago de Ca. Recuperado el 04 de Agosto de 2022, de http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-95532002000100003
- Anderson, K. (10 de Febrero de 2020). Getting acquainted with social networks and apps: it is time to talk about TikTok. *Library Hi Tech News*, 37(4), 12. doi:<https://doi.org/10.1108/LHTN-01-2020-0001>
- Bure, L. R. (2019). *Análisis del contenido del fan page “#Marca Huancabamba”, de la Provincia de Huancabamba - Piura*. Lima, Perú: Universidad Inca Garcilazo de la Vega. Recuperado el 18 de Octubre de 2022, de http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/4169/TRABSUFICIENCIA_BURE_EDGAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Buxarrais, M. (2016). *Social networks and education*. Barcelona, España: Education in the Knowledge Society. doi:<http://dx.doi.org/10.14201/eks20161721520>
- Caro, L. (03 de Julio de 2018). ¿Cuáles son los KPI de marketing digital y redes sociales? *Conexión ESAN*, 1. Recuperado el 18 de Octubre de 2022, de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/cuales-son-los-kpi-de-marketing-digital-y-redes-sociales>
- Carranza, et al. (2018). *Grass greenness flush can influence breeding phenology and fertility in equatorial thoroughbred mares in the absence of photoperiod variation*. Córdoba, Argentina: Animal Science Journal. Recuperado el 15 de Junio de 2022, de <https://www.uco.es/uircp/carranza-el-al-2018/>
- Corilla, G. (2020). *El uso de Tik Tok como herramienta para generar Content Marketing por las marcas dirigidas a jóvenes de 17 a 25 años*. Lima, Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Recuperado el 16 de Julio de 2022, de

- https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/653667/Corilla_GL.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Cristancho, et al. (2022). Types of Centennials on the Social Network TikTok and. *Revista CEA*, 21. Recuperado el 18 de Octubre de 2022, de <https://www.redalyc.org/journal/6381/638170562004/638170562004.pdf>
- Dohan, I. (24 de Junio de 2021). La generación Z: el nuevo reto del marketing digital. El caso de TikTok. *Universidad de Cataluña*, 68. Recuperado el 18 de Octubre de 2022, de <https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/133807/7/idohanTFM0621memoria.pdf>
- Férrandez, F. (2002). El análisis de Contenido como ayuda metodológica para la investigación. *Ciencias Sociales*, 19. Recuperado el 19 de Octubre de 2022, de <https://www.revistacienciasociales.ucr.ac.cr/images/revistas/RCS96/03.pdf>
- Goldás, A. (2017). Componentes básicos Comunicacionales. *Scielo*, 1. Recuperado el 18 de Octubre de 2022, de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-713820160000002
- Isabel, R. (31 de Marzo de 2021). Expertos en Marketing Digital y Comunicación Ambiental y Social. *Verdes Digitales*, pág. 1. Recuperado el 19 de Agosto de 2022, de <https://verdesdigitales.com/2021/03/31/entrevista-isabel-rana/>
- Klug, D. (2020). "It took me almost 30 minutes to practice this". Performance and Production Practices in Dance Challenge Videos on TikTok. *Arxiv*, 29. Recuperado el 15 de Octubre de 2022, de <https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/1256/3302>
- Krippendorff, K. (1990). Audiovisual Constructs of Paralympic Games: Scalarity and Camera Angle. *Teoría y práctica*, 2(1), 1. Recuperado el 15 de Junio de 2022, de [https://www.scirp.org/\(S\(351jmbntvnsjt1aadkposzje\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1135280](https://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkposzje))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1135280)
- López, F. (2002). *Content analysis as a research method*. XXI, Revista de Educación, España: University of Huelva. Recuperado el 17 de Agosto de

- 2022, de <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1912/b15150434.pdf?sequence=1>
- Nicomedes, E. (2018). *Tipos de Investigación*. San Juan de Lurigancho: Universidad Santo Domingo de Guzmán. Recuperado el 18 de Octubre de 2022, de <http://repositorio.usdg.edu.pe/bitstream/USDG/34/1/Tipos-de-Investigacion.pdf>
- Ñaupas, et al. (2018). *Metodología de la investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis*. Bogotá, Colombia: Ediciones U. Recuperado el 19 de Agosto de 2022, de https://edicionesdelau.com/wp-content/uploads/2018/09/Anexos-Metodologia_%C3%91aupas_5aEd.pdf
- Ortiz, B. (2021). *La carta de presentación como recurso para la mejora del conocimiento disciplinar y la escritura académica*. Dialnet. Recuperado el Agosto de 18 de 2022, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6295472>
- Otzen y Manterola. (2017). Sampling techniques in a study population. *International Journal of Morphology*, 35(1), 1. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0717->
- Oubilla, J. (2020). *Transformación digital, redes sociales y comercio electrónico en la estrategia empresarial frente a la covid-19*. Madrid, España: Colegio de Economistas de Madrid. Recuperado el 18 de Agosto de 2022, de <https://privado.cemad.es/revistas/online/Revistas/ECONOMISTAS%20Num%20170%20A4%20.pdf/187>
- Pilona, G. (2004). *Metodos y tecnicas de investigación documental y de campo*. Universidad de Sevilla. Recuperado el 18 de Octubre de 2022, de http://buenoshabitosparaunavidasaludable.blogspot.com/2dd015/05/guia-de-observacion-como-metodo-de_19.html
- Plutchik, R. (1980). *Emotion: A Psychoevolutionary Synthesis*. Harper & Row, 17. Recuperado el 18 de Agosto de 2022, de <https://www.redalyc.org/pdf/582/58242403.pdf>
- Savedra, A. (2022). *alexissaavedra.com*. Recuperado el 18 de Octubre de 2022, de 100 Tik Tokers mas influyentes del 2022: <https://alexissaavedra.com/100-tiktokers-peruanos-mas-influyentes-del-2021/>

- Slimovich, A. (2021). *El Instagram de Alberto Fernández en tiempos de pandemia por COVID-19*. Madrid, España: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Recuperado el 13 de Agosto de 2022, de [file:///C:/Users/sasan/Downloads/Dialnet-ElInstagramDeAlbertoFernandezEnTiemposDePandemiaPo-8374406%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/sasan/Downloads/Dialnet-ElInstagramDeAlbertoFernandezEnTiemposDePandemiaPo-8374406%20(1).pdf)
- Sociere. (2005). Facebook Page Content Analysis. *Redalyc*, 14. Recuperado el 12 de Octubre de 2022, de <https://www.redalyc.org/pdf/1813/18132226334327005.pdf>
- Taibo, G. (2018). *Nuevo Periodismo en Medios Digitales*. Madrid, España: SOMGANDIA. Recuperado el 19 de Agosto de 2022, de <https://somgandia.com/comunica2-2018>
- Whats, D. (2006). *La ciencia de las redes*. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Buenos Aires. Recuperado el 15 de Junio de 2022, de https://www.researchgate.net/publication/26442997_La_ciencia_de_las_redes
- Zapata, A. (2006). *Metodología para la medición de la seguridad y riesgos en los proyectos de la gerencia de ingeniería y medio ambiente de SIDOR*. Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello. Recuperado el 18 de Agosto de 2022, de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092769/cap03.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de categorización apriorística del ámbito temático

Ámbito temático	Definición conceptual	Definición operacional	Categorías	Códigos
Análisis de características del contenido de las publicaciones de Tik Tok	Carrillo (2018); Es una técnica de investigación, destinada a formular inferencias reproducibles y válidas, a partir de ciertos datos codificados, es decir que el análisis de contenido podrá medir la eficiencia con la que llega el mensaje brindado y sus efectos.	La presente investigación será analizada por parte del investigador de este proyecto. En ese sentido, se aplicaron tres categorías, de las cuales se obtendrán resultados aplicados por la técnica de observación y para ello se implementará también el instrumento de recolección de datos mediante una guía de observación.	Componentes básicos comunicacionales	Lenguaje Descripción Vestimenta Descripción de actividad en la escena
			Aspectos emocionales	Positivo Negativo Neutral
			Contenido audiovisual	Tipo de video Audio

ANEXO 2: Matriz de consistencia teórica

Título de la investigación	Análisis de características del contenido de las publicaciones de Tik Tok de Lossiblings entre los meses de junio y julio 2022						
Autor	IGOR VICTOR APOLINARIO HERRERA						
Planteamiento del problema de investigación	Objetivos de la investigación	Supuestos de la investigación	Ámbito temático			Metodología	Técnica e instrumento
Problema general	Objetivo general	Supuesto general	Análisis de contenido	Categorías	Indicadores	Enfoque de investigación	INSTRUMENTO : Guía de observación
¿Cuál es el análisis de características del contenido en las publicaciones en Tik Tok de Lossiblings entre los meses de junio y julio 2022?	Analizar las características del contenido que publican los Tik Toker's Lossiblings entre los meses de junio y julio 2022	Las características del contenido que publican los Tik Toker's Lossiblings presenta componentes básicos comunicacionales, aspectos emocionales y audiovisuales	Cualitativo				

Problemas específicos	Objetivos específicos	Supuestos específicos				tipo de investigación	
¿Qué componentes básicos comunicacionales contiene las publicaciones en la aplicación Tik Tok de Lossiblings entre los meses de junio y julio 2022?	Analizar los componentes básicos comunicacionales que tienen las publicaciones de la aplicación Tik Tok de Lossiblings entre los meses de junio y julio 2022	Los componentes básicos comunicacionales que tienen las publicaciones de la aplicación Tik Tok de Lossiblings presentan un tipo de lenguaje y vestimenta y tienen una descripción.		Componentes básicos comunicacionales	Lenguaje Descripción Vestimenta Descripción de actividad en la escena	Básica	
¿Qué aspectos emocionales presentan los comentarios en las publicaciones de la aplicación Tik Tok de Lossiblings entre los meses de junio y julio 2022?	Analizar los aspectos emocionales que presentan las publicaciones de la aplicación Tik Tok de Lossiblings entre los meses de junio y julio 2022.	Los aspectos emocionales que presentan las publicaciones de la aplicación Tik Tok de Lossiblings, tienen comentarios de tipo positivo y neutral.		Aspectos emocionales	Positivo Negativo Neutral	Diseño de investigación	

<p>¿Cuál es el contenido audiovisual que presentan las publicaciones de la aplicación Tik Tok de Lossiblings entre los meses de junio y julio 2022?</p>	<p>Analizar el contenido audiovisual que presentan las publicaciones en la aplicación Tik Tok de Lossiblings entre los meses de junio y julio 2022.</p>	<p>El contenido audiovisual que presentan las publicaciones en la aplicación Tik Tok de Lossiblings, están dirigidos a un sector juvenil.</p>		<p>Contenido audiovisual</p>	<p>Tipo de video Audio</p>	<p>Análisis de contenido</p>	
---	---	---	--	------------------------------	--------------------------------	------------------------------	--

ANEXO 3: Instrumento de recolección de datos

Título: Análisis de características del contenido en las publicaciones en Tik Tok de LOSSIBLING entre los meses de junio y julio 2022				Guía de observación			
Unidad temática	Categoría	Indicador	Ítems	SI	NO	Descripción	Observación
Análisis de características del contenido de las publicaciones de Tik Tok	Componentes básicos	Lenguaje	Existe Diálogo en el video.				
		Descripción del emisor	Los personajes en escena utilizan filtros de video.				
		Vestimenta	La vestimenta utilizada en el video es de estilo informal y casual				
		Descripción de actividad en la escena	La temática del video es solo coreográfica.				

	Aspectos emocionales	Comentarios positivos	Existe notoria reacción positiva hacia el contenido e influencer.				
		Comentarios neutrales	Los comentarios se refieren a características personales del influencer.				
		Comentarios negativos	Existen reacciones negativas a características personales de los influencers únicamente.				
	Contenido audiovisual	Video	El contenido que muestra, en el video, va dirigido a segmentos juveniles				
		Audio	La música utilizada va relacionada con el video				

ANEXO 4: Validación de expertos



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: ITURRIZAGA URBINA CESAR

Título y/o Grado: MAESTRO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN CON MENCIÓN EN DOCENCIA SUPERIOR E INVESTIGACIÓN

Ph. D ()	Doctor ()	Magister (x)	Licenciado ()	Otros. () Especifique
-----------	------------	----------------	----------------	------------------------

Universidad que labora: UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

Fecha: 10/10/2022

Título: **Análisis de características del contenido en las publicaciones en Tik Tok de LOSSIBLING entre los meses de Junio y Julio 2022**

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
10	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS: |

Firma del experto:

Nombres y apellidos:



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Vargas Arias Mariano Octavio

Título y/o Grado: Lic. CC.CC./ Mgtr. Docencia universitaria

Ph. D ()	Doctor ()	Magister (X)	Licenciado ()	Otros. () Especifique
-----------	------------	--------------	----------------	------------------------

Universidad que labora: UCV

Fecha: 11/10/2022

Título: **Análisis de características del contenido en las publicaciones en Tik Tok de LOSSIBLING entre los meses de Junio y Julio 2022**

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
10	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	TOTAL			

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

MARIANO OCTAVIO VARGAS ARIAS

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Javier Napa Anthony Johnson

Título y/o Grado:

Ph. D ()	Doctor ()	Magister (x)	Licenciado ()	Otros. () Especifique
-----------	------------	--------------	----------------	------------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo

Fecha: 09/10/22

Título: Análisis de características del contenido en las publicaciones en Tik Tok de LOSSIBLING entre los meses de Junio y Julio 2022

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
10	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL		10		

SUGERENCIAS: Hay que replantear algunos ítems que puedan ser más específicos como: 'Existe diálogo en el video'.

Firma del experto:



Nombres y apellidos: Anthony Johnson
Javier Napa

Título: Análisis de características del contenido en las publicaciones en Tik Tok de LOSSIBLING entre los meses de junio y julio 2022						
Aplicador del instrumento: Igor Víctor Apolinario Herrera Fecha de aplicación: 18/07/2022 Fecha de creación: 01/06/2022 Duración del video: 11 segundos						
Unidad temática	Categoría	Indicador	ítems	SI	NO	Descripción
Análisis de características del contenido de las publicaciones de Tik Tok	Componentes básicos	Lenguaje	Existe Diálogo en el video.		X	El video no presenta diálogo verbal, es una coreografía, realizada originalmente por el Tik Toker Station V el 9 de mayo.
		Descripción del emisor	Los personajes en escena utilizan filtros de video.		X	Los personajes en escena no presentan filtro alguno es de un solo plano medio.
		Vestimenta	La vestimenta utilizada en el video es de estilo informal y casual	X		Los personajes en escena presentan un estilo informal y casual de ropa urbana
		Descripción de actividad en la escena	La temática del video es solo coreográfica.	X		La temática realizada es netamente coreográfica
	Aspectos emocionales	Comentarios positivos	Existe notoria reacción positiva hacia el contenido e influencer.	X		La publicación presenta comentarios positivos de los seguidores.
		Comentarios neutrales	Los comentarios se refieren a características personales del influencer.	X		La publicación presenta comentarios neutrales de los seguidores.
		Comentarios negativos	Existen reacciones negativas a características personales de los influencers únicamente.		X	No existen comentarios negativos en esta publicación
	Contenido audiovisual	Video	El contenido que muestra, en el video, va dirigido a segmentos juveniles	X		El contenido de la publicación tiene contenido dirigido a un sector juvenil.
		Audio	La música utilizada va relacionada con el video	X		La canción utilizada se relaciona con el video, la cual es obra de Gazy MP, en su canción llamada Freestyle Diez.
	Título: Análisis de características del contenido en las publicaciones en Tik Tok de LOSSIBLING entre los meses de junio y julio 2022					
Aplicador del instrumento: Igor Víctor Apolinario Herrera						

Fecha de aplicación: 18/07/2022
 Fecha de creación: 04/06/2022
 Duración del video: 11 segundos

Unidad temática	Categoría	Indicador	Ítems	SI	NO	Descripción
Análisis de características del contenido de las publicaciones de Tik Tok	Componentes básicos	Lenguaje	Existe Diálogo en el video.		X	Se utiliza un lenguaje no verbal
		Descripción del emisor	Los personajes en escena utilizan filtros de video.		X	Los personajes en escena no presentan ningún efecto de video
		Vestimenta	La vestimenta utilizada en el video es de estilo informal y casual	X		Los personajes en escena presentan un estilo informal y casual de ropa urbana
		Descripción de actividad en la escena	La temática del video es solo coreográfica.	X		La temática realizada es netamente coreográfica
	Aspectos emocionales	Comentarios positivos	Existe notoria reacción positiva hacia el contenido e influencer.	X		La publicación presenta comentarios positivos de los seguidores.
		Comentarios neutrales	Los comentarios se refieren a características personales del influencer.	X		La publicación presenta comentarios neutrales de los seguidores.
		Comentarios negativos	Existen reacciones negativas a características personales de los influencers únicamente.		X	No existen comentarios negativos en esta publicación
	Contenido audiovisual	Video	El contenido que muestra, en el video, va dirigido a segmentos juveniles	X		El contenido de la publicación tiene contenido dirigido a un sector juvenil.
		Audio	La música utilizada va relacionada con el video	X		La canción utilizada se relaciona con el video, la cual es obra de Bad Bunny, en su canción llamada Efecto

Título: Análisis de características del contenido en las publicaciones en Tik Tok de LOSSIBLING entre los meses de junio y julio 2022

Aplicador del instrumento: Igor Víctor Apolinario Herrera
Fecha de aplicación: 18/07/2022
Fecha de creación: 18/06/2022
Duración del video: 11 segundos

Unidad temática	Categoría	Indicador	Ítems	SI	NO	Descripción
Análisis de características del contenido de las publicaciones de Tik Tok	Componentes básicos	Lenguaje	Existe Diálogo en el video.		X	Se utiliza un lenguaje no verbal
		Descripción del emisor	Los personajes en escena utilizan filtros de video.		X	Los personajes en escena no presentan ningún efecto de video
		Vestimenta	La vestimenta utilizada en el video es de estilo informal y casual	X		Los personajes en escena presentan un estilo informal y casual de ropa urbana
		Descripción de actividad en la escena	La temática del video es solo coreográfica.	X		La temática realizada es netamente coreográfica
	Aspectos emocionales	Comentarios positivos	Existe notoria reacción positiva hacia el contenido e influencer.	X		La publicación presenta comentarios positivos de los seguidores.
		Comentarios neutrales	Los comentarios se refieren a características personales del influencer.	X		La publicación presenta comentarios neutrales de los seguidores.
		Comentarios negativos	Existen reacciones negativas a características personales de los influencers únicamente.		X	No existen comentarios negativos en esta publicación
	Contenido audiovisual	Video	El contenido que muestra, en el video, va dirigido a segmentos juveniles	X		El contenido de la publicación tiene contenido dirigido a un sector juvenil.
		Audio	La música utilizada va relacionada con el video	X		La canción utilizada se relaciona con el video, la cual es obra de Bad Bunny y Jhayco, en su canción llamada Efecto
	Título: Análisis de características del contenido en las publicaciones en Tik Tok de LOSSIBLING entre los meses de junio y julio 2022					
Aplicador del instrumento: Igor Víctor Apolinario Herrera Fecha de aplicación: 18/07/2022 Fecha de creación: 20/06/2022 Duración del video: 11 segundos						
Unidad temática	Categoría	Indicador	Ítems	SI	NO	Descripción
		Lenguaje	Existe Diálogo en el video.	X		Se utiliza un lenguaje no verbal

Análisis de características del contenido de las publicaciones de Tik Tok	Componentes básicos	Descripción del emisor	Los personajes en escena utilizan filtros de video.		X	Los personajes en escena no presentan ningún efecto de video
		Vestimenta	La vestimenta utilizada en el video es de estilo informal y casual	X		Los personajes en escena presentan un estilo informal y casual de ropa urbana
		Descripción de actividad en la escena	La temática del video es solo coreográfica.	X		La temática realizada es netamente coreográfica
	Aspectos emocionales	Comentarios positivos	Existe notoria reacción positiva hacia el contenido e influencer.	X		La publicación presenta comentarios positivos de los seguidores.
		Comentarios neutrales	Los comentarios se refieren a características personales del influencer.	X		La publicación presenta comentarios neutrales de los seguidores.
		Comentarios negativos	Existen reacciones negativas a características personales de los influencers únicamente.		X	No existen comentarios negativos en esta publicación
	Contenido audiovisual	Video	El contenido que muestra, en el video, va dirigido a segmentos juveniles	X		El contenido de la publicación tiene contenido dirigido a un sector juvenil.
		Audio	La música utilizada va relacionada con el video		X	La canción utilizada se relaciona con el video, la cual es obra de Bad Bunny y Jhayco, en su canción llamada Tarot

Título: Análisis de características del contenido en las publicaciones en Tik Tok de LOSSIBLING entre los meses de junio y julio 2022

Aplicador del instrumento: Igor Víctor Apolinario Herrera

Fecha de aplicación: 18/07/2022

Fecha de creación: 29/06/2022

Duración del video: 11 segundos

Unidad temática	Categoría	Indicador	Ítems	SI	NO	Descripción
		Lenguaje	Existe Diálogo en el video.		X	Se utiliza un lenguaje no verbal
		Descripción del emisor	Los personajes en escena utilizan filtros de video.		X	Los personajes en escena no presentan ningún efecto de video

Análisis de características del contenido de las publicaciones de Tik Tok	Componentes básicos	Vestimenta	La vestimenta utilizada en el video es de estilo informal y casual	X		Los personajes en escena presentan un estilo informal y casual de ropa urbana
		Descripción de actividad en la escena	La temática del video es solo coreográfica.	X		La temática realizada es netamente coreográfica
	Aspectos emocionales	Comentarios positivos	Existe notoria reacción positiva hacia el contenido e influencer.	X		La publicación presenta comentarios positivos de los seguidores.
		Comentarios neutrales	Los comentarios se refieren a características personales del influencer.	X		La publicación presenta comentarios neutrales de los seguidores.
		Comentarios negativos	Existen reacciones negativas a características personales de los influencers únicamente.		X	No existen comentarios negativos en esta publicación
	Contenido audiovisual	Video	El contenido que muestra, en el video, va dirigido a segmentos juveniles	X		El contenido de la publicación tiene contenido dirigido a un sector juvenil.
Audio		La música utilizada va relacionada con el video	X		La canción utilizada se relaciona con el video, la cual es obra de DJ: Johmusic, en su canción llamada 3G remix	

Título: Análisis de características del contenido en las publicaciones en Tik Tok de LOSSIBLING entre los meses de junio y julio 2022

Aplicador del instrumento: Igor Víctor Apolinario Herrera

Fecha de aplicación: 18/07/2022

Fecha de creación: 04/07/2022

Duración del video: 11 segundos

Unidad temática	Categoría	Indicador	ítems	SI	NO	Descripción
	Componentes básicos	Lenguaje	Existe Diálogo en el video.		X	Se utiliza un lenguaje no verbal
		Descripción del emisor	Los personajes en escena utilizan filtros de video.		X	Los personajes en escena no presentan ningún efecto de video
		Vestimenta	La vestimenta utilizada en el video es de estilo informal y casual	X		Los personajes en escena presentan un estilo informal y casual de ropa urbana

Análisis de características del contenido de las publicaciones de Tik Tok		Descripción de actividad en la escena	La temática del video es solo coreográfica.	X		La temática realizada es netamente coreográfica
	Aspectos emocionales	Comentarios positivos	Existe notoria reacción positiva hacia el contenido e influencer.	X		La publicación presenta comentarios positivos de los seguidores.
		Comentarios neutrales	Los comentarios se refieren a características personales del influencer.	X		La publicación presenta comentarios neutrales de los seguidores.
		Comentarios negativos	Existen reacciones negativas a características personales de los influencers únicamente.		X	No existen comentarios negativos en esta publicación
	Contenido audiovisual	Video	El contenido que muestra, en el video, va dirigido a segmentos juveniles	X		El contenido de la publicación tiene contenido dirigido a un sector juvenil.
		Audio	La música utilizada va relacionada con el video	X		La canción utilizada se relaciona con el video, la cual es obra de Becky G, en su canción llamada Fulanito.

Título: Análisis de características del contenido en las publicaciones en Tik Tok de LOSSIBLING entre los meses de junio y julio 2022

Aplicador del instrumento: Igor Víctor Apolinario Herrera

Fecha de aplicación: 18/07/2022

Fecha de creación: 18/06/2022

Duración del video: 11 segundos

Unidad temática	Categoría	Indicador	ítems	SI	NO	Descripción
Análisis de características del contenido de las publicaciones de Tik Tok	Componentes básicos	Lenguaje	Existe Diálogo en el video.		X	Se utiliza un lenguaje no verbal
		Descripción del emisor	Los personajes en escena utilizan filtros de video.		X	Los personajes en escena no presentan ningún efecto de video
		Vestimenta	La vestimenta utilizada en el video es de estilo informal y casual	X		Los personajes en escena presentan un estilo informal y casual de ropa urbana
		Descripción de actividad en la escena	La temática del video es solo coreográfica.	X		La temática realizada es netamente coreográfica

	Aspectos emocionales	Comentarios positivos	Existe notoria reacción positiva hacia el contenido e influencer.	X		La publicación presenta comentarios positivos de los seguidores.
		Comentarios neutrales	Los comentarios se refieren a características personales del influencer.	X		La publicación presenta comentarios neutrales de los seguidores.
		Comentarios negativos	Existen reacciones negativas a características personales de los influencers únicamente.		X	No existen comentarios negativos en esta publicación
	Contenido audiovisual	Video	El contenido que muestra, en el video, va dirigido a segmentos juveniles	X		El contenido de la publicación tiene contenido dirigido a un sector juvenil.
		Audio	La música utilizada va relacionada con el video	X		La canción utilizada se relaciona con el video, la cual es obra de Gazy MP, en su canción llamada Freestyle Diez.

Título: Análisis de características del contenido en las publicaciones en Tik Tok de LOSSIBLING entre los meses de junio y julio 2022

Aplicador del instrumento: Igor Víctor Apolinario Herrera

Fecha de aplicación: 18/07/2022

Fecha de creación: 13/07/2022

Duración del video: 11 segundos

Unidad temática	Categoría	Indicador	Ítems	SI	NO	Descripción
Análisis de características del contenido de las publicaciones de Tik Tok	Componentes básicos	Lenguaje	Existe Diálogo en el video.		X	Se utiliza un lenguaje no verbal
		Descripción del emisor	Los personajes en escena utilizan filtros de video.		X	Los personajes en escena no presentan ningún efecto de video
		Vestimenta	La vestimenta utilizada en el video es de estilo informal y casual	X		Los personajes en escena presentan un estilo informal y casual de ropa urbana
		Descripción de actividad en la escena	La temática del video es solo coreográfica.	X		La temática realizada es netamente coreográfica
		Comentarios positivos	Existe notoria reacción positiva hacia el contenido e influencer.	X		La publicación presenta comentarios positivos de los seguidores.

	Aspectos emocionales	Comentarios neutrales	Los comentarios se refieren a características personales del influencer.	X		La publicación presenta comentarios neutrales de los seguidores.
		Comentarios negativos	Existen reacciones negativas a características personales de los influencers únicamente.		X	No existen comentarios negativos en esta publicación
	Contenido audiovisual	Video	El contenido que muestra, en el video, va dirigido a segmentos juveniles	X		El contenido de la publicación tiene contenido dirigido a un sector juvenil.
		Audio	La música utilizada va relacionada con el video	X		La canción utilizada se relaciona con el video, la cual es obra de Handa, en su canción llamada Alcohol.

Título: Análisis de características del contenido en las publicaciones en Tik Tok de LOSSIBLING entre los meses de junio y julio 2022

Aplicador del instrumento: Igor Víctor Apolinario Herrera

Fecha de aplicación: 18/07/2022

Fecha de creación: 16/07/2022

Duración del video: 11 segundos

Unidad temática	Categoría	Indicador	Ítems	SI	NO	Descripción
Análisis de características del contenido de las publicaciones de Tik Tok	Componentes básicos	Lenguaje	Existe Diálogo en el video.		X	Se utiliza un lenguaje no verbal
		Descripción del emisor	Los personajes en escena utilizan filtros de video.		X	Los personajes en escena no presentan ningún efecto de video
		Vestimenta	La vestimenta utilizada en el video es de estilo informal y casual	X		Los personajes en escena presentan un estilo informal y casual de ropa urbana
		Descripción de actividad en la escena	La temática del video es solo coreográfica.	X		La temática realizada es netamente coreográfica
	Aspectos emocionales	Comentarios positivos	Existe notoria reacción positiva hacia el contenido e influencer.	X		La publicación presenta comentarios positivos de los seguidores.
		Comentarios neutrales	Los comentarios se refieren a características personales del influencer.	X		La publicación presenta comentarios neutrales de los seguidores.

		Comentarios negativos	Existen reacciones negativas a características personales de los influencers únicamente.		X	No existen comentarios negativos en esta publicación
	Contenido audiovisual	Video	El contenido que muestra, en el video, va dirigido a segmentos juveniles	X		El contenido de la publicación tiene contenido dirigido a un sector juvenil.
		Audio	La música utilizada va relacionada con el video	X		La canción utilizada se relaciona con el video, la cual es obra de Ultra Solo, en su canción llamada por ti.

Título: Análisis de características del contenido en las publicaciones en Tik Tok de LOSSIBLING entre los meses de junio y julio 2022

Aplicador del instrumento: Igor Víctor Apolinario Herrera

Fecha de aplicación: 18/07/2022

Fecha de creación: 18/06/2022

Duración del video: 11 segundos

Unidad temática	Categoría	Indicador	ítems	SI	NO	Descripción
Análisis de características del contenido de las publicaciones de Tik Tok	Componentes básicos	Lenguaje	Existe Diálogo en el video.		X	El video no presenta diálogo verbal, es una coreografía, realizada originalmente por el Tik Toker Station V el 9 de mayo.
		Descripción del emisor	Los personajes en escena utilizan filtros de video.		X	Los personajes en escena no presentan filtro alguno es de un solo plano medio.
		Vestimenta	La vestimenta utilizada en el video es de estilo informal y casual	X		Los personajes en escena presentan un estilo informal y casual de ropa urbana
		Descripción de actividad en la escena	La temática del video es solo coreográfica.	X		La temática realizada es netamente coreográfica
	Aspectos emocionales	Comentarios positivos	Existe notoria reacción positiva hacia el contenido e influencer.	X		La publicación presenta comentarios positivos de los seguidores.
		Comentarios neutrales	Los comentarios se refieren a características personales del influencer.	X		La publicación presenta comentarios neutrales de los seguidores.

		Comentarios negativos	Existen reacciones negativas a características personales de los influencers únicamente.		X	No existen comentarios negativos en esta publicación
	Contenido audiovisual	Video	El contenido que muestra, en el video, va dirigido a segmentos juveniles	X		El contenido de la publicación tiene contenido dirigido a un sector juvenil.
		Audio	La música utilizada va relacionada con el video	X		La canción utilizada se relaciona con el video, la cual es obra de Gazy MP, en su canción llamada Freestyle Diez.
Título: Análisis de características del contenido en las publicaciones en Tik Tok de LOSSIBLING entre los meses de junio y julio 2022						
Aplicador del instrumento: Igor Víctor Apolinario Herrera Fecha de aplicación: 18/07/2022 Fecha de creación: 30/07/2022 Duración del video: 11 segundos						
Unidad temática	Categoría	Indicador	Ítems	SI	NO	Descripción
Análisis de características del contenido de las publicaciones de Tik Tok	Componentes básicos	Lenguaje	Existe Diálogo en el video.		X	Se utiliza un lenguaje no verbal
		Descripción del emisor	Los personajes en escena utilizan filtros de video.		X	Los personajes en escena no presentan ningún efecto de video
		Vestimenta	La vestimenta utilizada en el video es de estilo informal y casual	X		Los personajes en escena presentan un estilo informal y casual de ropa urbana
		Descripción de actividad en la escena	La temática del video es solo coreográfica.	X		La temática realizada es netamente coreográfica
	Aspectos emocionales	Comentarios positivos	Existe notoria reacción positiva hacia el contenido e influencer.	X		La publicación presenta comentarios positivos de los seguidores.
		Comentarios neutrales	Los comentarios se refieren a características personales del influencer.	X		La publicación presenta comentarios neutrales de los seguidores.
		Comentarios negativos	Existen reacciones negativas a características personales de los influencers únicamente.		X	No existen comentarios negativos en esta publicación

	Contenido audiovisual	Video	El contenido que muestra, en el video, va dirigido a segmentos juveniles	X		El contenido de la publicación tiene contenido dirigido a un sector juvenil.
		Audio	La música utilizada va relacionada con el video	X		La canción utilizada se relaciona con el video, la cual es un remix de canciones brasileñas.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CAUTIN MARTINEZ ALFREDO, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Análisis de contenido en la publicaciones en Tik Tok de LOSSIBLING entre los meses de Junio y Julio 2022", cuyo autor es APOLINARIO HERRERA IGOR VICTOR, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 05 de Diciembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CAUTIN MARTINEZ ALFREDO DNI: 40134925 ORCID: 0000-0001-6502-8870	Firmado electrónicamente por: ACAUTINM el 05-12- 2022 19:09:42

Código documento Trilce: TRI - 0474562