



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Adaptación de los contenidos periodísticos del diario La
República en la plataforma TikTok, Lima, 2022**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTOR:

Fernandez Iberico, Manuel Alejandro (orcid.org/0000-0003-0952-3097)

ASESOR:

Dr. Matías Cristóbal, Obed Isaias (orcid.org/0000-0001-6378-0719)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2023

Dedicatoria

Principalmente a mis padres, hermanos y familiares por darme su apoyo durante toda mi carrera universitaria, sin ellos este logro no hubiera sido posible.

Agradecimiento

A mi asesor por guiar la realización de mi investigación, a mis docentes que me brindaron de sus conocimientos, a mis compañeros de la universidad con quienes he conseguido diferentes logros.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MATIAS CRISTÓBAL OBED ISAIAS, 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: "Adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022", cuyo autor es FERNANDEZ IBERICO MANUEL ALEJANDRO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 8.00%, 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, 03 de Julio del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MATIAS CRISTÓBAL OBED ISAIAS DNI: 06917521 ORCID: 0000-0001-6378-0719	Firmado electrónicamente por: OMATIASCOR el 04- 07-2023 00:40:37

Código documento Trilce: TRI – 0566030



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, FERNANDEZ IBERICO MANUEL ALEJANDRO estudiante de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LACOMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada:"Adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro gradoacadémico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
MANUEL ALEJANDRO FERNANDEZ IBERICO DNI: 70903961 ORCID: 0000-0003-0952-3097	Firmado electrónicamente por: MFERNANDEZIB el 03- 07-2023 23:27:11

Código documento Trilce: TRI - 0566029

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Declaratoria de Autenticidad del Asesor.....	iv
Declaratoria de Originalidad del Autor	v
Índice de contenidos	vi
Índice de tablas	vii
Índice de gráficos y figuras.....	viii
Resumen.....	ix
Abstract.....	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	9
3.1. Tipo y diseño de investigación	9
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización	10
3.3. Escenario de estudio	10
3.4. Participantes.....	11
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	11
3.6. Procedimientos.....	11
3.7. Rigor científico.....	12
3.8. Método de análisis de la información	13
3.9. Aspectos éticos	14
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	16
V. CONCLUSIONES	23
VI. RECOMENDACIONES	24
REFERENCIAS.....	25
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1. Resultados de las guías de observación	21
Tabla 2. Triangulación.....	22

Índice de gráficos y figuras

Figura 1. Adaptación de contenidos periodísticos	16
Figura 2. Subcategoría de Aspectos morfológicos	18
Figura 3. Subcategoría de Aspecto sintáctico	19
Figura 4. Nube de palabras	21

Resumen

La tesis tuvo como objetivo general analizar la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma Tiktok, Lima, 2022. Esta investigación fue de enfoque cualitativo, tipo básica y contó con un diseño hermenéutico. Como resultado principal se obtuvo que los contenidos periodísticos se han adaptado al entorno de las redes sociales, utilizando criterios que los formatos tradicionales como la televisión o prensa no tomaban en cuenta. Por ende, los medios de comunicación emplean recursos visuales, sonoros y técnicos, ajustándolos a los criterios del ecosistema digital. No obstante, la elaboración del contenido no debe descuidar las fuentes de información, puesto que, hay una gran cantidad de información y los contenidos son efímeros, provocando que la seriedad del material se vea comprometida, resultando un desafío para el medio. Asimismo, se concluyó del análisis que los medios informativos deben adaptarse a la forma en que se consume la información en el entorno digital, recurriendo a los aspectos morfológicos y sintácticos los cuales contribuyen a enriquecer el material audiovisual, además de aportar a la eficiencia del contenido periodístico al momento de difundirlo cumpliendo con las exigencias de la audiencia en Tiktok.

Palabras clave: Contenidos periodísticos, periodismo digital, análisis de contenido, redes sociales, tik tok.

Abstract

The thesis had as a general objective to analyze the adaptation of the journalistic contents of the newspaper La República in the Tiktok platform, Lima, 2022. This research was qualitative in approach, basic type and had a hermeneutic design. The main result was that journalistic contents have been adapted to the environment of social networks, using criteria that traditional formats such as television or the press did not take into account. Thus, the media use visual, sound and technical resources, adjusting them to the criteria of the digital ecosystem. However, the development of content should not neglect the sources of information, since there is a large amount of information and the content is ephemeral, which compromises the seriousness of the material, resulting in a challenge for the media. Likewise, it was concluded from the analysis that the media must adapt to the way in which information is consumed in the digital environment, resorting to morphological and syntactic aspects that contribute to enrich the audiovisual material, in addition to contributing to the efficiency of journalistic content at the time of dissemination, meeting the demands of the audience in Tiktok.

Keywords: Journalistic content, Digital journalism, Content Analytics, Social Media, Tik Tok.

I. INTRODUCCIÓN

El estudio se centró en la problemática que atraviesa los medios informativos al momento de adaptar sus contenidos al formato que se emplea en Tiktok, donde se tiene que innovar para captar a la audiencia que se encuentra en el aplicativo. Para Zalbidea, G. (2020). La llegada de las nuevas plataformas sociales ha obligado a los medios informativos a realizar modificaciones a sus contenidos utilizando recursos más dinámicos para captar la atención del público.

La necesidad de crear material informativo que sea viral e impactante en Tiktok, ha significado un reto para los medios periodísticos, por la razón de que se busca encontrar un equilibrio entre priorizar la estética del contenido y que los estándares periodísticos no se vean afectados por el sensacionalismo y la desinformación. Según Lanatta, R (2020) Los medios crean contenidos donde priman la cantidad por la calidad de sus publicaciones con el propósito de llegar a más personas y así poder sobrevivir en las redes sociales.

A nivel internacional, Benaissa (2019), sostuvo que entre los años 2008 y 2018 la baja audiencia de la prensa se ha vuelto en un fenómeno común, en lo que respecta en las noticias de diarios de pago como en las gratuitas, mientras que en España en el año 2012 con tan solo 20 minutos se promediaba una difusión de un poco inferior a los 700.000 ejemplares, mientras que 6 años más tarde, en el 2018 solo alcanzaba una cifra de 280.000, menos de la mitad.

Kosmas Panagiotidis, et al., (2020) explicaron que, el contenido informativo en los últimos años ha ido implementando nuevos recursos en su elaboración y la manera en cómo se difunde y capta la información, además de haber sufrido un cambio notable en la construcción de noticias al aplicar herramientas audiovisuales.

A nivel nacional, se apreció que la prensa ha tenido que pasar por ciertos procesos de adaptación en los medios digitales, significando un desafío para estos grupos periodísticos. Según, Ccencho (2020), en la Región de Lima existen 30 diarios de prensa, de los cuales, casi la totalidad de estos han decidido crear sus versiones digitales. Este hecho se debió a que las personas se informan de forma inmediata y son libres de buscar el tema de su interés gracias al internet.

Por otro lado, actualmente, las plataformas sociales han logrado consolidarse como la primera fuente de información, relegando de esta manera cada vez más a los medios tradicionales de información. Sin embargo, debido a la continua modernización y la constante evolución del ecosistema social ha provocado que la redacción y difusión se vean en la necesidad de modificarse. Por lo tanto, los medios periodísticos han decidido incursionar en las plataformas digitales más usadas, como son las redes sociales. (Aguilar & Cárhuaz, S. 2021)

Según Moreno, P, et al., (2021) indicaron que, los contenidos informativos que se producen esencialmente para ser difundidas en plataformas sociales vienen diseñados cuidadosamente desde la parte visual y sonora, se ha tenido que adaptar los contenidos para los gustos de esta nueva generación, los formatos, los planos han ido transformándose para lograr captar la atención del público. Siendo así que estos criterios que expresa el autor referente a la importancia de los aspectos visuales y sonoros, asimismo como la parte técnica que se le puede brindar a la pieza gráfica se considera de suma importancia los aspectos morfológicos y sintácticos, los cuales engloba estos criterios en la elaboración de piezas gráficas en la era digital.

Bajo este contexto, tras la revisión de diferentes estudios, donde mencionan que los medios informativos se están reinventando, teniendo en cuenta elementos audiovisuales que la audiencia considera relevantes para consumir un contenido audiovisual, es que surge el siguiente problema general: ¿Cómo es la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma Tiktok, Lima, 2022? Asimismo, se formuló los siguientes problemas específicos ¿Cuáles son los aspectos morfológicos en la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma Tiktok, Lima, 2022? y ¿Cuáles son los aspectos sintácticos en la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma Tiktok, Lima, 2022.

La justificación metodológica del presente estudio partió de un enfoque cualitativo por el motivo que permite abordar y comprender la problemática de una forma flexible y precisa al momento de interpretar los resultados obtenidos. Es por ello que al realizar la guía de observación y la guía de entrevista, se pudo analizar de mejor manera el cómo se adaptan los contenidos periodísticos del diario La República en Tiktok, teniendo como base las experiencias o conocimientos de los participantes y la información obtenida de haber analizado los contenidos.

La justificación teórica se centró en dos teorías, la hipermediación la cual explica como las nuevas formas de comunicación incorporan elementos que se emplean en los medios digitales y de forma complementaria la teoría del actor-red la cual explica la participación de talentos humanos y no humanos. Poniéndolo bajo el contexto de la adaptación de los contenidos periodísticos, estas teorías ayudaran a comprender como se relaciona con la categoría y subcategorías de la investigación y la importancia que tiene incluir los diferentes recursos audiovisuales en los contenidos.

La justificación social se relaciona con la línea de investigación de responsabilidad social, la cual es desarrollo económico, empleo y emprendimiento, debido a que se ha realizado un análisis de como los medios periodísticos han innovado en la manera de presentar sus noticias bajo el formato de Tiktok, generando contenidos creativos para llegar a una audiencia nueva. Por lo tanto, este estudio busca analizar a profundidad el objeto de estudio, para que futuros investigadores y comunicadores puedan constatar sus estudios y llegar a nuevos conocimientos.

En vista de lo anteriormente expuesto, en el presente estudio se tuvo como objetivo general, Analizar la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma Tiktok, Lima, 2022. De igual forma, se planteó como objetivos específicos, Analizar los aspectos morfológicos en la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma Tiktok, Lima, 2022 y Analizar los aspectos sintácticos en la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma Tiktok, Lima, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

Para poder llegar a más usuarios y seguir siendo rentables, los medios informativos han tenido que modificar la manera de crear contenidos para que puedan ser más atractivos en el contexto actual de la modernidad y de esta manera intentar disminuir los efectos provocados por la desmedida información que se consume en las plataformas digitales.

Flores (2022), tuvo como objetivo conocer como los medios informativos de la televisión peruana se adaptan a las características del formato de la plataforma Tiktok. Emplea una metodología cualitativa de enfoque exploratoria —descriptiva. La muestra es de 36 expertos de los medios de RPP Noticias, El Comercio y Epena, los instrumentos del estudio es la encuesta y entrevista. Como conclusión, señalo que el lenguaje de los medios de comunicación es de suma importancia para transmitir el mensaje al público y se debe de recurrir a las herramientas que te brinda los medios digitales para competir en el mercado.

Peña, S, et al. (2022), proponen como objetivo identificar la presencia de medios y periodistas en Tiktok, y como método propusieron la decisión de utilizar la medición del enganche y viralización de mensajes. Los resultados muestran que la presencia e influencia mediática en esta red social es baja, y el contenido está enfocado a construir comunidades de usuarios basadas en contenido viral y de entretenimiento. Por otro lado, en forma de conclusiones, Tiktok se caracteriza por una gran cantidad de información diaria, un lenguaje neutro y suele apropiarse de la estructura del texto. El consumo de videos cortos, fragmentados y muchas veces presentados efímeramente y expresados en lenguaje cotidiano, plantea un desafío a un medio que ha incrementado su adaptabilidad a otras plataformas.

Silva, et al., (2022) plantearon como objetivo general definir y caracterizar una nueva fase del periodismo móvil. Se empleó una metodología de enfoque explicativa e informativa. Por otro lado, mediante la teoría del Actor-red en el presente artículo se buscó detallar como el nuevo ecosistema digital obliga a que medios tradicionales se adapten a los formatos de los dispositivos móviles. De igual forma, se concluyó que el avance de la tecnología ha marcado una nueva tendencia en la forma en cómo se consumen contenidos de carácter periodístico.

Expósito & Gobierno (2021) tuvieron como objetivo general Conocer, estudiar y analizar el uso de Tiktok en el periodismo español, como metodología plantearon un enfoque mixto bajo una mirada exploratoria, utilizando técnicas cualitativas y cuantitativas mediante la triangulación metodológica. Como resultado, señalaron que, el contenido informativo que se elabora debe de manejar el lenguaje que se emplea en la aplicación, logrando una relación entre el entretenimiento, el sonido y la información sin perder el fondo informativo y la veracidad como medio informativo. En forma de conclusión, señalaron que la razón por la cual deciden innovar en Tiktok es para poder expandir su audiencia y poder conectar con un público más joven con el propósito de generar un vínculo.

Cea, N & De Vicente, A. M. (2020). Plantearon como objetivo proponer los posibles indicadores de análisis, en relación con las características periodísticas en redes, asimismo, determinar los instrumentos analíticos más relevantes para alcanzar estas métricas y sugerir marcos analíticos, los cuales puedan ser aplicables a perfiles en redes sociales. Su metodología es cuantitativa, exploratoria y descriptiva, se utilizó el Fan page karma como instrumento y como muestra se optó por los diez periódicos con más audiencia en redes sociales de España. Como resultados se señalaron que los medios tradicionales rinden más que los medios nativos, sin embargo, no se vio reflejado en seguidores e interacciones. Como conclusión, señalaron que, desde la llegada de las plataformas sociales, se puede detallar de forma más precisa la producción y actividad de las redes con respecto a sus contenidos.

Vázquez, et al., (2020) tuvieron como objetivo analizar cómo son los medios de comunicación adaptándose a la lógica de Tiktok. Como metodología planteó un estudio exploratorio-descriptivo mediante la construcción de una base de datos inicial de empresas de medios en Tiktok, utilizó una revisión de reportajes y publicaciones en medios que mencionan el término "Tiktok". En forma de conclusión, apuntó a una adaptación de los medios y programas informativos a la lógica de Tiktok. Además, de mencionar que los medios establecen nuevas relaciones con las audiencias, a través de los mensajes de marca plasmados en sus contenidos creativo y dinámico, que dentro de sus aspectos se le agrega las acciones interactivas del público

Sánchez, M. (2019) explicó como objetivo general analizar la producción de contenidos propios de las plataformas de El Comercio, La República y RPP. La metodología utilizada en esta investigación es cuantitativa y usa el método de análisis de contenidos, se recogió publicaciones durante cuatro meses, de septiembre a diciembre del 2015, en las versiones digitales de los medios estudiados. En total, se registraron 69 247 noticias, ubicándose a partir de cuatro variables siguientes: sección, formato, género y fuente. En vista de lo expuesto, durante las fechas de estudio, los medios analizados emplearon fuentes diferentes para sus contenidos. En conclusión, los medios estudiados siguen un patrón de secciones los cuales son nacional, deportes, entretenimiento y por último, política.

Colussi (2018) planteó como objetivo general, identificar qué tipo de historias publican el New York Times y UOL en Snapchat y la narrativa que emplean en sus contenidos. Utilizó una metodología híbrida y optó por usar estudios como la revisión de bibliografías, observación sistemática y análisis de contenido web, con la finalidad de obtener una mejor apreciación sobre los contenidos estudiados. En forma de conclusión se apreció que hay un cambio en la narrativa audiovisual en relación con la producción periodística en los contenidos creados para la plataforma Snapchat. De la misma forma, este hecho permite al usuario poder interactuar con el contenido de forma parcial o completa.

En contraste con la información antes mencionada, se logró observar la relación que tiene la adaptación de contenidos con las redes sociales, ya que aprovechan las herramientas audiovisuales para crear noticias que consigan repercutir entre los usuarios en estos sitios digitales.

Por otro lado, la teoría de la comunicación interactiva o también conocida como hipermediación, el cual es un estudio realizado por Carlos Alberto Scolari publicada en el 2008. Aborda cómo la comunicación de masas pasa al contexto digital, el cual destaca por ser multidireccional, ser inmediata y permite la actualización en tiempo real y su formato multimedia.

Gutiérrez & González, R. (2019) sostuvieron que, la hipermediación se forma a través de características, las cuales son digitalización, hipertextualidad, multimedialidad, interactividad y también se puede observar la utilización de aspectos visuales, sonoros y temas técnicos, estos aspectos mostraron la brecha que se origina con los medios tradicionales y la manera en cómo se difunde la información en los medios nativos. A su vez, se ha indicado que el desarrollo de hipermediación se trata de procesos de intercambio, consumo y producción de información, esto sucede entre las personas y las nuevas tecnologías.

Asimismo se debe de tener en consideración lo que mencionan Kong, et al., (2021), donde señalan que la información se puede distorsionar y sin tener un control de verificación correcta se puede desinformar mediante noticias que no cuentan con fuentes confiables.

De igual manera, se consideró relevante para la realización de esta investigación, la teoría de Actor-red, la cual menciona la influencia de actores humanos y no humanos que en este caso vendría a ser los recursos tecnológicos y sus formatos digitales y cómo estos se relacionan y coexisten para adaptarse en el contexto actual de los medios de comunicación.

Monterroza, A (2017) Sostuvo que el actor-red no solo es una teoría homogénea, sino también es un enfoque, el cual estudia la participación de diferentes actores que se podrían llegar a relacionar entre sí, tales como los sujetos, seres humanos, objetos, máquinas, entre otros.

Como bases conceptuales se pudo conocer que Nogales, et al., (2018) mencionan que la adaptación de los contenidos periodísticos ha sido revolucionada gracias a la prensa digital, cambiando la manera de entender y enfocar los contenidos periodísticos, por lo que el internet facilita el acceso a dichos datos informativos y la capacidad de crear empresas y nuevas plataformas con información de valor.

De la misma manera, Manfredi, et al., (2019) indicaron que, el periodismo se somete a un permanente estado de adaptación y cambios. Esta adaptación se centra en 3 aspectos, el primero es su adaptación al usuario digital, el cual tiene acceso libremente a la información, el segundo es la adaptación a los dispositivos móviles y por último promocionar la cultura de servicio del producto periodístico en relación de costumbres sociales.

Chuque (2020) señaló que, el aspecto morfológico visto desde la gramática se centra en la elaboración de la palabra, por otro lado, visto desde lo audiovisual, este aspecto se centra en los elementos sonoros y visuales de los contenidos, haciendo referencia a la imagen que se aprecia en toda producción audiovisual y a los sonidos como la voz, la música, el ruido y los efectos de sonido.

Asimismo, Cantos (2021) concuerda que, la morfología comprende la composición de las palabras gramaticales, además de su relación con otros componentes que se encuentran en su estructura, logra darle un mejor sentido al mensaje que se desea crear. Por otro lado, se señala que dentro del lenguaje audiovisual, al igual que en la gramatical, se emplea la morfología, es decir, que para formar mensajes audiovisuales se emplea los elementos visuales y sonoros.

Ugaz & Vélez, N. (2021) indicaron que para lograr construir un mensaje audiovisual, se requiere de seguir reglas sintácticas, las cuales permitirán darle un significado concreto al mensaje final. Los elementos para tener en cuenta en este criterio son los planos, el encuadre y los ángulos.

De la misma manera, Ruiz (2019) apoyándose de la información de Bedoya y León, hizo mención de que el lenguaje audiovisual de un contenido se determina por entrelazar de forma correcta imágenes en movimiento, de esta manera se podrá transmitir de forma eficaz el mensaje planteado.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación:

Fue de tipo básica, ya que comprende los elementos esenciales de algún fenómeno y lo relacionado con este mismo. Concytec. (2018) se caracteriza como parte del marco teórico, cumple con la necesidad de obtener conocimiento y de saciar la curiosidad, asimismo nos permite expandir nuestros conocimientos científicos sobre un fenómeno y también ayuda como base teórica para futuros investigadores.

Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, la presente investigación a través de los instrumentos seleccionados buscó analizar la información que se fue consiguiendo en la recolección de datos, además, de poder incrementar el conocimiento sobre la presente problemática.

3.1.2 Diseño de investigación:

El diseño que rigió el proyecto de investigación fue hermenéutico, por lo cual el estudio se centró en el análisis de un caso en concreto. Debido a que el estudio busca comprender mejor los recursos empleados en los videos seleccionados del perfil de Tiktok del diario La República.

Con respecto al enfoque fue cualitativo, ya que se estimó entender la realidad problemática del fenómeno investigado y de esa manera pasar a interpretar la información obtenida. Sánchez, F. (2019) La investigación cualitativa es un procedimiento metodológico el cual examina realidades a través de narrativas, recursos visuales o auditivos, esto con la finalidad de tener una mejor comprensión de un contexto específico. A raíz de ello, el enfoque cualitativo permitió recolectar datos para realizar un análisis más profundo sobre los videos que el diario La República publica en su plataforma Tiktok y así poder entender cómo se adaptan sus contenidos en dicha red social.

3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización

3.2.1 Categorías

- Adaptación de contenidos periodísticos

3.2.2 Subcategorías

- Aspectos morfológicos
- Aspectos sintácticos

3.2.3 Matriz de categorización apriorística

La categoría de la presente investigación fue la adaptación de contenidos periodísticos, por otro lado, el problema general de la investigación fue cómo es la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma Tiktok. Asimismo, se buscó responder cuáles son los aspectos morfológicos y sintácticos en la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma Tiktok.

Nieto N. (2017) señaló que es la narración de hechos de interés público los cuales utilizan aspectos visuales, sonoros y conocimientos técnicos para difundir una noticia de forma más dinámica. Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, como subcategorías se planteó los aspectos morfológicos que analiza los elementos visuales y sonoros y el aspecto sintáctico el cual aborda los planos, ángulos y encuadres de los contenidos.

3.3. Escenario de estudio

El presente estudio se centró en analizar los contenidos creados por el diario la República en la plataforma Tiktok durante los primeros días del mes de octubre del 2022, debido a que es la forma más directa de analizar el objeto de estudio.

El diario la República es un medio periodístico el cual tiene presencia en redes sociales. Es por ello, por lo que se decidió realizar un estudio de los contenidos periodísticos que difunden en la plataforma Tiktok a través de la guía de observación y la guía de entrevista.

3.4. Participantes

Los participantes fueron los contenidos publicados dentro de los primeros 5 días del mes de octubre del 2022, donde se analizó un contenido por día en el perfil de La República en la plataforma Tiktok. De la misma manera, se eligió de forma imparcial y equitativa a 4 personas para aplicar una guía de entrevista con el propósito de tener un análisis más confiable. Hernández, R. & Mendoza, C (2018) explican que los participantes desempeñan un rol importante ya que se recolecta datos basándose en sus experiencias, vivencias desde un aspecto más subjetivo.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se utilizó como técnicas de recolección de datos, el análisis de documentos, la observación y la entrevista a profundidad. Las fuentes consultadas anteriormente en el marco teórico permitieron abordar de forma sistemática la variable de la investigación.

Por otro lado, se aplicó la ficha de observación, por el motivo que fue el método más eficaz para recopilar información relevante del objeto de estudio sin tener que interferir de forma directa con la misma. Piza, N. Et al. (2019) señaló que es un método el cual brinda un registro sobre el fenómeno a estudiar, lo cual permite tener mayor exactitud de la información y no incidir en equivocaciones.

De esta manera se logró analizar los aspectos que se tienen en cuenta en la adaptación de los contenidos periodísticos del diario la República en la plataforma Tiktok y como forma complementaria se aplicó la guía de entrevista para constatar los datos de la guía de observación con la perspectiva de personas que manejan y comprenden la problemática del estudio.

3.6. Procedimientos

El presente trabajo de investigación se centró en la recolección de información a través de bases de datos, las cuales lograron brindar fuentes confiables que guarden relación con la categoría y subcategorías y por consiguiente, aportar a la credibilidad y seriedad del proyecto investigativo. Luego de haber recolectado los datos relacionados al tema de la investigación

se pudo identificar la problemática del estudio, la cual es, cómo es la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma Tiktok.

Posteriormente a ello se elaboró el marco teórico para darle mayor sustento a la investigación y se escogió las bases teóricas que sirvieron para definir las categorías de la investigación. Para el análisis de las categorías y subcategorías propuestas, se optó por realizar una observación sistemática de una cantidad seleccionada de publicaciones realizadas por el diario La República en su perfil de Tiktok durante los primeros 5 días del mes de octubre siendo un video por día.

De la misma forma para poder tener un panorama más amplio se efectuó la guía de entrevista donde se pudo observar la perspectiva del público en referencia con el objeto de estudio. Al usar estos dos instrumentos y triangularlo con el análisis de documentación se obtuvo información más precisa que apporto al desarrollo de la investigación.

3.7. Rigor científico

En la presente investigación el cual tuvo un enfoque cualitativo, se busca dar coherencia a través del análisis de los hallazgos de los documentos consultados. El rigor científico es proporcional a la validez y confiabilidad de la investigación cuantitativa. Teniendo en cuenta ello cada aspecto del rigor se cumplió en la elaboración del presente tema.

Salgado, A. (2007) señaló que la Consistencia lógica es un criterio que menciona sobre la estabilidad de los datos los cuales han sido recolectados por diferentes autores los cuales consiguen resultados que guardan similitudes entre sí. Es por ello por lo que las fuentes consultadas aportaron información relevante las cuales han permitido ahondar más sobre la adaptación de contenidos periodísticos.

Noreña, A. (2012) indica que, la credibilidad es un criterio que nos permite percibir el fenómeno de estudio tal y como es, además los resultados obtenidos por el investigador son considerados como un hecho verdadero para los sujetos que han participado en el estudio. Este criterio se ve relacionado a la credibilidad

de los instrumentos que se emplearán para analizar la adaptación de contenidos periodísticos junto a sus categorías propuestas.

Parra, M. & Briceño, I. (2013) argumenta que la auditabilidad o confirmabilidad permite que nuevos investigadores examinen investigaciones que tengan similitud con sus investigaciones y lleguen a nuevos conocimientos. Por lo tanto, las investigaciones consultadas y los argumentos expuestos relacionados a la adaptación de contenidos periodísticos servirán para futuros investigadores para comprender la temática y la problemática expuesta.

Espinoza, E. (2020) la transferibilidad o aplicabilidad manifiesta que es la capacidad de poder aplicar los resultados de una investigación a otro estudio y para lograr esto se debe de ser lo más fiel posible a la realidad del fenómeno. Para ello, se debe de ser lo más preciso posible al momento de recabar la información en el análisis del objeto de estudio del presente tema, el cual se centrará en la observación de videos publicados por el diario La República en una fecha en específico.

3.8. Método de análisis de la información

El método el cual guía la realización del proyecto de investigación fue la investigación cualitativa debido a que el objeto de estudio se centró en la comprensión de un fenómeno en concreto, por ello mismo se aplicó la triangulación de la información, donde inicialmente se utilizó el análisis de datos, para poder recolectar fuentes de investigaciones anteriores que tengan semejanza con el ámbito temático el cual es la adaptación de los contenidos periodísticos.

Por otro lado, se utilizó la guía de observación a una cantidad reducida de videos publicados por el diario La República en su plataforma de Tiktok, los cuales son el objeto de la investigación, al aplicar este instrumento se pudo recabar con mayor precisión la información. Posteriormente se utilizará la entrevista a profundidad donde se ahondo más la perspectiva de los consumidores.

3.9. Aspectos éticos

Con el fin de garantizar la ética investigativa se rigió bajo los principios éticos. Por otro lado, el desarrollo del proyecto investigativo sigue las normas APA 7ma edición, por lo que se respetó y se citó de forma adecuada las citas utilizadas de diferentes autores, asimismo, como los datos encontrados en diferentes bases de datos y fuentes como tesis, revistas indexadas y libros. De la misma forma, el presente trabajo de investigación ayudará a futuros investigadores a poder comprender de cierta perspectiva la problemática tratada.

- a) **Autonomía:** Es la facultad que ejercen las personas que participan en el proyecto de investigación, ellos tienen la facultad de decidir por sí mismos el continuar o retirarse según lo vean conveniente. En relación con el actual proyecto de investigación se elaborará una entrevista guiada donde las personas participantes tendrán la facultad de decidir en participar del estudio.

- b) **Beneficencia:** Con el propósito del mayor beneficio de los participantes dentro de la investigación se respetará cada aspecto ético expuesto en este apartado, así mismo se aportará el beneficio del conocimiento relacionado a la adaptación de los contenidos periodísticos.

- c) **Competencia profesional y científica:** con el propósito de cumplir con el rigor científico, los investigadores y participantes involucrados en la realización del estudio sobre la adaptación de los contenidos periodísticos deben de estar calificados según el grado que se requiera.

- d) **Integridad humana:** La persona o participantes de turno, están por encima de cualquier interés expuesto en la investigación, no se les puede excluir por algún motivo en específico, al realizar esto, se puede obtener mejores resultados del estudio.

- e) **Justicia:** Es el trato justo y equitativo de los participantes de la investigación, desde su selección hasta su participación. En la presente investigación al momento de elaborar el instrumento sobre la adaptación

de los contenidos periodísticos, los participantes serán tratados de forma justa y equitativa con el propósito de evitar cualquier exclusión.

- f) **Libertad:** La investigación sobre la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma Tiktok ha sido seleccionada de forma libre e independiente, sin haber sido influenciada por algún interés en específico.

- g) **No Maleficencia:** Se debe de tener en consideración los posibles riesgos y ventajas que puede generar la realización del proyecto, es por ello por lo que al momento de efectuar el estudio se debe de garantizar que no se perjudicara de ninguna forma al participante durante la investigación.

- h) **Probidad:** Se actúa con total honestidad al momento de presentar los resultados del estudio realizado y en todo momento de la elaboración de la investigación, asimismo se mostrará los datos obtenidos sin haber alterado la información. En relación con el ámbito temático de la adaptación de los contenidos periodísticos, se presentará los resultados de forma concisa y pertinente.

- i) **Respeto de la propiedad intelectual:** Se debe de respetar el material intelectual de los investigadores consultados dentro de la investigación, con la intención de evitar el plagio de la información utilizada, se debe de citar de forma correcta, en este caso sería información relacionada a la adaptación de contenidos periodísticos.

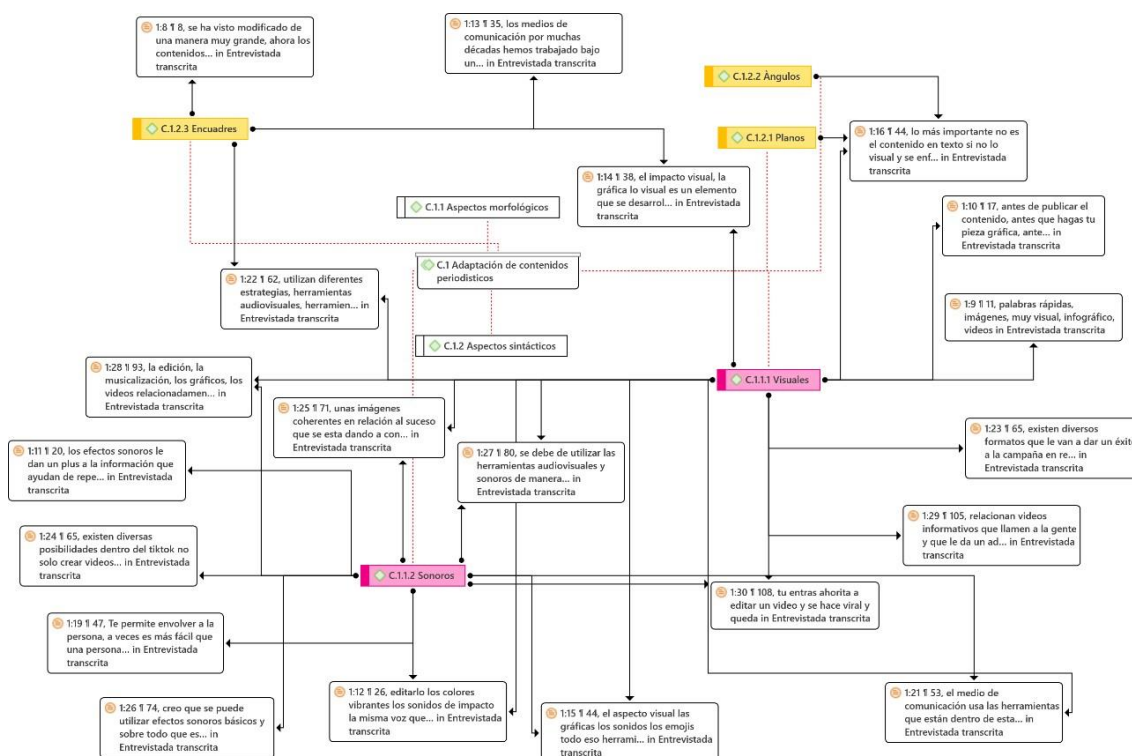
- j) **Responsabilidad:** El autor tiene la responsabilidad de los efectos provocados tras la realización del proyecto de la adaptación de los contenidos periodísticos del diario la República en la plataforma Tiktok.

- k) **Transparencia:** Tras la realización del proyecto, se debe de publicar la investigación para que futuros investigadores puedan consultar las fuentes y metodología aplicadas y puedan observar los resultados obtenidos.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este apartado se muestra los resultados obtenidos tras haber desarrollado los instrumentos que guían la presente investigación, la información obtenida fue organizada por el software Atlas.ti, el cual permite recopilar los datos correspondientes, agruparlos según conveniencia y analizar a mayor detalle cada criterio.

Figura 1. Adaptación de contenidos periodísticos



Fuente: Elaboración propia en Atlas.ti

La categoría de estudio fue la adaptación de contenidos periodísticos la cual abarcó las subcategorías de aspectos morfológicos y aspectos sintácticos. Gracias a la información obtenida por los entrevistados, **E1, E2, E3, E4** se pudo sintetizar y codificar las similitudes que guardan cada respuesta, asimismo para poder plasmar de forma más ordenada la codificación se realizó una red semántica teniendo en cuenta la categoría, subcategoría y los criterios que abarca cada uno.

Dicho esto, luego de haber realizado la red semántica se procedió a elaborar la discusión de resultados con el propósito de responder la pregunta

general de la investigación ¿Cómo es la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma Tiktok, Lima, 2022? Inicialmente para Nieto N. (2017) se centra en la narración de hechos de interés públicos, los cuales utilizan aspectos visuales, sonoros y conocimientos técnicos para difundir una noticia de forma más dinámica.

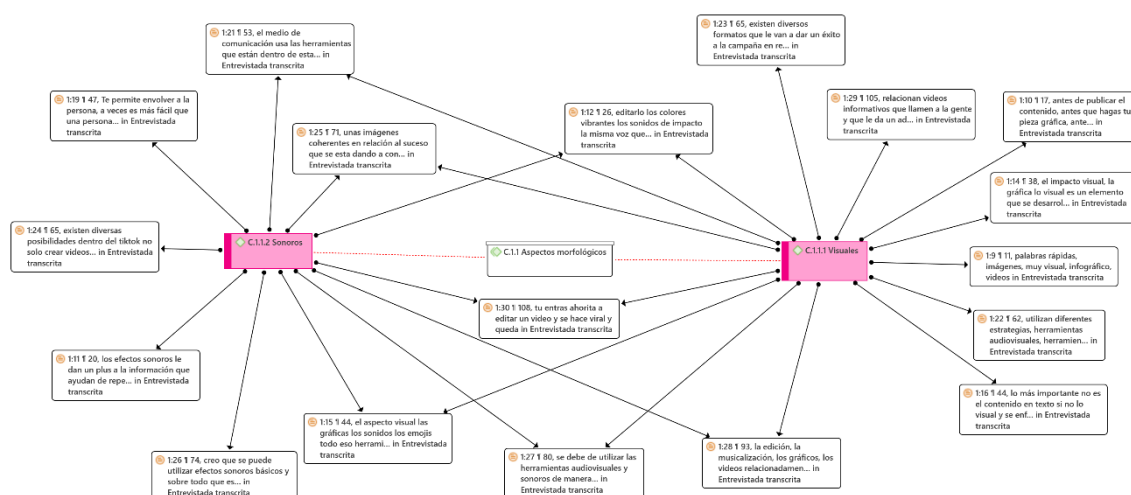
En base a las respuestas obtenidas por los entrevistados, **E1, E2, E3 y E4** se pudo analizar como los contenidos han ido adaptándose a las nuevas plataformas digitales, pasando de las pantallas grandes a un dispositivo móvil. Si lo relacionamos con las teorías de la presente investigación partiendo de la teoría de la hipermediación, Gutiérrez & González, R. (2019) señalan que, se forma a través de características, las cuales son digitalización, hipertextualidad, multimedialidad, interactividad. Esto quiere decir que la elaboración de contenidos informativos ha ido evolucionando, agregando recursos visuales, sonoros y temas técnicos que antes no aprovechaban completamente.

Por su lado la teoría del Actor-red hace referencia sobre la participación de agentes humanos y no humanos, bajo este contexto Monterroza, A. (2017) Sostuvo que es un enfoque, el cual estudia la participación de diferentes actores que se podrían llegar a relacionar entre sí, tales como seres humanos, objetos, máquinas, entre otros.

Teniendo en cuenta los argumentos de los autores y entrevistados se pudo observar como las teorías guardan similitud con la categoría de la investigación puesto que, al desarrollarse en una red social, la estructura del contenido se diferencia por su corta duración, su información sintetizada y complementada efectos sonoros, de la misma manera el medio informativo emplea las herramientas del aplicativo para difundir un contenido impactante y de calidad.

Silva, et al., (2022) coinciden en que, el ecosistema digital cuenta con ciertas características que la diferencia de otros formatos tradicionales, concluyendo que el avance de la tecnología ha marcado una nueva tendencia en la forma en cómo se consume material periodístico teniendo que adaptar formatos tradicionales para poder crear un nuevo contenido que sea propio del medio digital.

Figura 2. Subcategoría de Aspectos morfológicos



Fuente: elaboración propia en Atlas.ti

Para la elaboración de la primera subcategoría se consideró dos primordiales códigos: Visuales y Sonoros, considerando las respuestas de los entrevistados **E1**, **E2**, **E3**, **E4** el código de visuales se pudo entender como un recurso el cual se emplea por intermedio de diferentes estrategias con el propósito de que el contenido periodístico logre generar un mayor impacto en una red social, mediante la utilización de imágenes, textos cortos o infografías.

Por su parte el código que abarca lo sonoro se identificó que es una herramienta que le agrega un plus al momento de crear un contenido periodístico debido a que aumentan las posibilidades de captar la atención del público, los sonidos como la musicalización o algún efecto sonoro puede resultar más impactante y permanece en la mente del público luego de haber visto el material audiovisual.

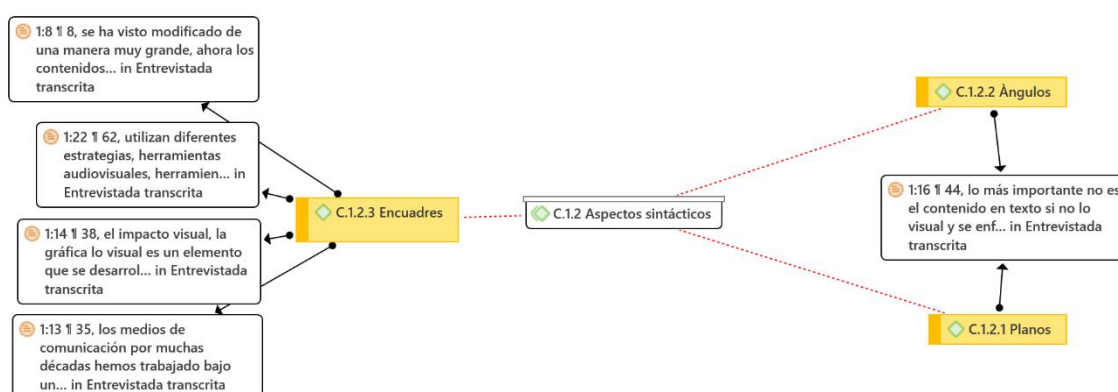
Para La primera subcategoría la cual busca responder la incógnita específica de ¿Cuáles son los aspectos morfológicos en la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma Tiktok, Lima, 2022? Según la interpretación de los resultados para el entrevistado **E2** quien es licenciado en comunicación social, indicó que los medios informativos buscan captar la atención de la audiencia explotando los elementos audiovisuales como imágenes de apoyo o la musicalización, sin perder el objetivo que tiene los medios de comunicación al derivar sus fuentes a una plataforma social. De la misma forma complementa, Cantos (2021) señalando que en el plano

audiovisual la morfología, se ve expuesta en los elementos visuales y sonoros y al emplearlos correctamente se puede formar un mensaje el cual genere una reacción en el público.

No obstante para la entrevistada **E1** quien cuenta con experiencia en producción de proyectos audiovisuales, difiere a lo que argumenta **E2** argumentando que una plataforma social, en este caso Tiktok, no es el entorno ideal para difundir una noticia porque, la cantidad desmedida y el querer ser la primicia hace darle mayor énfasis a la forma y fondo del contenido provocando que el foco de la información pierda credibilidad y seriedad. Esta postura se ve apoyada en Kong, et al., (2021), precisando que, la información se puede distorsionar y sin tener un control de verificación correcta se puede desinformar mediante noticias que no cuentan con fuentes confiables.

En contraste con los resultados obtenidos, Peña, S, Et al., (2022) agregan que, los medios de comunicación tienen una presencia baja en Tiktok debido a que está enfocada al entretenimiento y el contenido que se propone para esta red social se caracteriza por manejar un lenguaje neutro, videos de poca duración siendo un contenido efímero, es por ello por lo que tener en cuenta estos criterios resultó un reto para los medios al momento de adaptarse su contenido a otras plataformas.

Figura 3. subcategoría de Aspecto sintáctico



Fuente: elaboración propia

En relación con la subcategoría de aspectos sintácticos la cual abarca los códigos de Planos, Ángulos y Encuadres. La interpretación de los datos obtenidos facilitó a responder la segunda pregunta específica ¿Cuáles son los aspectos sintácticos en la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma Tiktok, Lima, 2022?

La información brindada por los entrevistados, **E1, E2, E3 y E4** se logró apreciar que los ángulos y planos logran dar un mayor aporte a la pieza gráfica, debido a que en las redes sociales se aprecia más el enfoque visual en el que se difunde el contenido por encima del texto, no obstante ambos criterios van de la mano.

Por su parte en referencia al código de Encuadres se señaló que el formato en el cual antes se presentaba los contenidos se ha visto modificado en gran medida, es por ello por lo que los contenidos han tenido que recurrir a adaptar a los parámetros que se manejan en las redes sociales.

La información anteriormente mencionada se puede corroborar con lo que mencionan Ugaz & Vélez, N. (2021), afirmando que se debe de seguir ciertas normas sintácticas para poder dar un significado concreto al mensaje final.

Respecto a esta subcategoría, los entrevistado **E3, E4** que han ejercido como periodistas, concuerdan con el entrevistado **E2** al referirse en que los medios informativos adaptan su formato bajo los conceptos de la plataforma Tiktok con el fin de crear una pieza grafica personalizada que cumpla con los requerimientos necesarios para poder llegar al público que se encuentra en la plataforma.

Expósito & Gobierno (2021) coinciden en que el lenguaje utilizado en Tiktok es exclusivamente del aplicativo y los contenidos que se elaboran ahí no se pueden replicar en otras plataformas. Sin embargo detallan que la razón por la que el medio informativo incursiona en este entorno no es necesariamente para llegar a su audiencia principal, sino para expandir y conectar con una audiencia más juvenil y poder crear un vínculo a futuro con ellos.

Los resultados obtenidos en la guía de observación demuestran que los contenidos difundidos en la plataforma Tiktok emplean los recursos que abarca las subcategorías de la presente investigación. Los contenidos presentan la utilización de elementos visuales que en formatos anteriores no consideraban, asimismo recurren a los efectos sonoros de forma orgánica y artificial gracias a los recursos que brinda la misma plataforma.

En ese sentido, Urrea Giraldo, J. E., (2014). considera que los sonidos sirven como un acompañamiento del contenido, la imagen se ve adaptada al formato de las plataformas digitales por intermedio de planos más cerrados con la finalidad de cumplir un rol narrativo.

En cuando a los planos, ángulos y encuadres se observó en los videos que destacan por la forma en cómo se exponen, los personajes están presentes en una perspectiva más centrada y al encontrarse en un plano más cerrado se vuelven el objetivo central del material informativo.

Tabla 2. Triangulación

Categoría	Guía de entrevista	Ficha de observación	Interpretación
Adaptación de contenidos periodísticos	En relación con las entrevistas realizadas se infirió que las subcategorías las cuales son aspectos morfológicos y sintácticos se emplean para la elaboración de contenidos en una plataforma digital. Interviniendo en la adaptación de contenidos periodísticos, por el hecho de que se emplean recursos que le dan mayor impacto a la pieza gráfica y para lograr esto se debe de seguir los parámetros que rigen en estas plataformas digitales logrando transmitir la noticia de forma más impactante.	Las publicaciones del diario la república en tik tok demuestra como este diario emplea la utilización de recursos morfológicos y sintácticos para poder adaptar sus contenidos periodísticos por lo que no solo buscan resaltar la información noticiosa que manejan, sino, que también realizan mayor énfasis en los recursos que ofrecen esta plataforma para poder crear un contenido impactante. En la mayoría de sus videos emplea musicalización, videos e imágenes de apoyo para transmitir la noticia, asimismo tiene en cuenta los criterios técnicos como los encuadres, planos y ángulos que utilizara al momento de editar su contenido.	Los resultados obtenidos de ambos instrumentos coinciden entre sí, se pudo observar como las subcategorías propuestas en la investigación hacen posible que los contenidos periodísticos logren adaptarse a la plataforma Tik tok, donde los contenidos son netamente audiovisuales. Cabe mencionar que, debido a la forma en cómo se consume la información y los entornos donde interactúan la población ha obligado a los medios informativos a adaptar sus contenidos para cumplir las exigencias del entorno digital.

Fuente: elaboración propia.

V. CONCLUSIONES

De acuerdo con los resultados obtenidos tras haber realizado el análisis correspondiente se obtuvo las siguientes conclusiones.

1. Se analizó el objetivo general y se concluyó que la adaptación de los contenidos periodísticos se debe a una serie de modificaciones en las plataformas socio digitales, lo que sugiere que el público es más selectivo al momento de buscar información. Esto quiere decir que, el medio informativo adapta su material informativo utilizando los aspectos morfológicos y sintácticos, para enriquecer su contenido, puesto que, estos aspectos comprenden la forma y el fondo de la pieza audiovisual.
2. Se analizó el primer objetivo específico respecto a los aspectos morfológicos y se logró concluir que los videos publicados en el perfil del diario la Republica en Tiktok, utilizan elementos visuales y sonoros para volver más interesantes sus contenidos. Esto significa que, las imágenes de apoyo y los efectos sonoros, logran darle un mayor impacto al mensaje, además de captar la atención del público, sin embargo, al darle mayor protagonismo a lo estético puede provocar que las fuentes no sean contrastadas, perjudicando al medio informativo.
3. Por último, se analizó el segundo objetivo específico concierne a los aspectos sintácticos y se pudo concluir que los formatos que se empleaban en otras plataformas audiovisuales no siguen los mismos criterios que rigen en las plataformas digitales o móviles. Los planos, ángulos y encuadres que se utilizan en Tiktok son mayormente tomas muy cerradas y narrativas lo que permite generar un mayor impacto al momento de difundir el contenido audiovisual.

VI. RECOMENDACIONES

Para futuras investigaciones se recomienda inicialmente abordar el tema de la adaptación de los contenidos periodísticos desde otras perspectivas más allá de los aspectos morfológicos y sintácticos, debido a que, si bien es cierto son recursos esenciales para la elaboración del material audiovisual, las futuras investigaciones pueden analizar criterios como la interactividad, la veracidad o ahondar sobre los contenidos informativos con mayor repercusión en Tiktok para tener un estudio más completo.

Asimismo, se recomienda realizar mayores investigaciones sobre la problemática expuesta, por el mismo hecho de que, la efectividad del contenido se ve determinada por el algoritmo de la misma red social, por esto mismo, los futuros investigadores pueden realizar un estudio analizando como los medios informativos tienen en cuenta las tendencias actuales para poder desarrollar y dar a conocer su material audiovisual en Tiktok.

Para obtener un estudio más amplio sobre los aspectos morfológicos y sintácticos se recomienda emplear un instrumento adicional a los ya utilizados en la investigación, de esta manera se podrá analizar como los aspectos morfológicos son de utilidad para desarrollar un mensaje de fácil comprensión apoyado en los elementos sintácticos que contribuyen en la estructura del contenido.

Independientemente a la metodología expuesta en la actual investigación, se sugiere plantear un enfoque cuantitativo para expandir los resultados de la investigación, puesto que al emplear un instrumento cuantitativo, se puede medir la efectividad del contenido con los elemento morfológicos y sintácticos aplicados al video y de esta manera se podrá concluir si impactan de forma positiva.

REFERENCIAS

- Aguilar Grandi, B. B., & Cárhuaz Araoz, S. C. (2021). *Análisis de los elementos de la convergencia digital del diario El Comercio, Lima 2021*. [Tesis de grado Universidad César Vallejo] Repositorio UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/84719>
- Benaissa S. (2019) Medios impresos versus digitales: de la lectura agónica de periódicos a los nuevos consumos de información digital, *El Argonauta español* [Online] DOI: <https://doi.org/10.4000/argonauta.3855>
- Cantos Escaleras, J.A. (2021) *Análisis del discurso visual del spot publicitario de Guillermo Lasso: caso encontrarnos en la vida* (examen complejo, UTMACH, Facultad De ciencias Sociales, Machala, Ecuador). Repositorio UTMACH <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/16781>
- Cea, N & De Vicente, A. M. (2020). Cibermedios y redes sociales: análisis de audiencias y métricas para los contenidos periodísticos. *Nuevos actores y estrategias en el espacio mediático compartido* (24-36) Universidad del País Vasco <https://addi.ehu.es/handle/10810/43049>
- Ccencho Díaz, C. F. (2020). *Percepciones de jóvenes y adultos asociados a la prensa escrita y su evolución a la plataforma digital de diario La República*. [Tesis de grado universidad peruana de ciencias aplicadas] Repositorio UPC. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/652490/Ccencho_DC.pdf?sequence=3&isAllowed=y.
- Chuque Palomino, M. M. (2019). *Análisis del contenido audiovisual del programa "El Valor de la Verdad", 2019*. [Tesis de grado Universidad Señor de Sipán] Repositorio USS. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/6931>
- Colussi, Juliana (2018). Periodismo en Snapchat: un análisis de las historias publicadas por UOL y NYT. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, (137),321-335. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16057171027>
- Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (2018). Reglamento de calificación, clasificación y registro de los investigadores del sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación tecnológica – reglamento Renacyt. Lima, Perú: CONCYTEC https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento_renacyt_version_final.pdf

- Expósito, A & Gobierno, N. (2021) *“Periodismo en TikTok: estudio de casos de los medios de comunicación españoles”*. [Tesis de Fin de Grado Universidad de La Laguna] Repositorio ULL. <https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/24905>
- Espinoza, E. (2020). La investigación cualitativa, una herramienta ética en el ámbito pedagógico. *Conrado*, 16(75), 103-110. Epub 02 de agosto de 2020. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442020000400103&lng=es&tlng=es.
- Flores Rosales, L. F. (2022). *Adaptación de medios periodísticos: América televisión, Latina, RPP noticias y Exitosa noticias hacia la plataforma TikTok* [Tesis de grado universidad peruana de ciencias aplicadas] Repositorio UPC. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/660746>
- Gutiérrez-González, C., & González-Pardo, R. (2019). Entre tradiciones e hipermediaciones: una reflexión para la comunicación digital. *Dixit*, (30), 98–107. <https://doi.org/10.22235/d.v0i30.1793>
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta, Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education, Año de edición: 2018, ISBN: 978-1-4562-6096-5, 13 p.
- Kong, Q., Lai-Ku, K., Deng, L., & Yan-Au, A. (2021). Motivation and perception of Hong Kong university students about social media news. [Motivación y percepción de los universitarios de Hong Kong sobre noticias en las redes sociales]. *Comunicar*, 67, 35-45. <https://doi.org/10.3916/C67-2021-03>
Recuperado de: <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=67&articulo=67-2021-03>
- Kosmas Panagiotidis, Nikolaos Tsipas & Theodora Saridou & Andreas Veglis (2020). "A Participatory Journalism Management Platform: Design, Implementation and Evaluation," *Social Sciences*, MDPI, vol. 9(2) DOI: [10.3390/socsci9020021](https://doi.org/10.3390/socsci9020021)
- Lanatta Muñoz, R. (2020). *Retos y posibilidades de los medios peruanos ante la era digital y automatización del trabajo e información durante la pandemia del covid-19: Caso Perú21*. [Tesis de grado universidad peruana de ciencias aplicadas] Repositorio UPC. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/655083>
- Moreno-Espinosa, P., Román-San Miguel, A., & Flores-Vivar, J. M. (2021). Evolución del informativo audiovisual en opinión de sus creadores: de la televisión a la carta al vodcasting. *Revista De Comunicación*, 20(2), 303–318. <https://doi.org/10.26441/RC20.2-2021-A16>

- Manfredi Sánchez, J. L., Ufarte Ruiz, M. J., & Herranz de la Casa, J. M. (2019). Innovación periodística y sociedad digital: Una adaptación de los estudios de Periodismo. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 1633–1654. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1402>
- Monterroza, A. (2017). Una revisión crítica a la teoría del actor-red para el estudio de los artefactos. *Trilogía Ciencia Tecnología Sociedad*, 9(17), 49–62. <https://doi.org/10.22430/21457778.616>
- Nogales Bocio, A. I., Solans García, M. A. y Marta-Lazo, C. (eds.) (2018). Estándares e indicadores para la calidad informativa en los medios digitales. Sevilla: Egregius <https://idus.us.es/handle/11441/93580>
- Nieto Borda, Nelson. (2017). Transmediaciones en la producción de contenidos periodísticos especializados en economía. *Cuadernos.info*, (40), 219- 233. <https://dx.doi.org/10.7764/cdi.40.1037>
- Noreña, Ana Lucía, Alcaraz-Moreno, Noemí, Rojas, Juan Guillermo, & Rebolledo-Malpica, Dinora. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *Aquichán*, 12 (3), 263-274. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-59972012000300006&lng=en&tlng=es.
- Peña-Fernández, Simón; Larrondo-Ureta, Ainara; Morales-i-Gras, Jordi (2022). “Current affairs on TikTok. Virality and entertainment for digital natives”. *Revista Profesional de la información*, v. 31, n. 1, e310106. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.ene.06>
- Piza, N., Amaiquema, F., & Beltrán, G. (2019). Métodos y técnicas en la investigación cualitativa. Algunas precisiones necesarias. *Conrado*, 15(70), 455-459. Epub 02 de diciembre de 2019. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442019000500455&lng=es&tlng=es.
- Parra Domínguez, M. L., & Briceño Rodríguez, I. I. (2013). Aspectos éticos en la investigación cualitativa. *Revista De Enfermería Neurológica*, 12(3), 118–121. <https://doi.org/10.37976/enfermeria.v12i3.167>
- Ruiz Portal, G. R. (2019). *Análisis del lenguaje audiovisual del spot publicitario: Cuidemos la casa, de Promart y el Ministerio del Ambiente. Lima. 2019.* [Tesis de grado Universidad César Vallejo] Repositorio UCV <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/54645>
- Silva-Rodríguez, Alba, Vázquez-Herrero, Jorge, & Negreira-Rey, María-Cruz. (2022). Actualización de las fases del contenido periodístico para dispositivos móviles. *Revista de Comunicación*, 21(1), 367-387. Epub 17 de abril de 2022. <https://dx.doi.org/10.26441/rc21.1-2022-a19>

- Sánchez, M. (2019). Concentración de medios o concentración de temas en el periodismo digital peruano. Un acercamiento cuantitativo al problema. *Conexión*, (11), 39-58. <https://doi.org/10.18800/conexion.201901.002>
- Sánchez Flores, F. A. (2019). Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos. *Revista Digital De Investigación En Docencia Universitaria*, 13(1), 101–122. <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Salgado, A. (2007). Investigación cualitativa: diseños, evaluación del rigor metodológico y desafíos. *Liberabit*, 13 (13), 71-78. http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272007000100009&lng=pt&tlng=es.
- Ugaz Ugás, C. E., & Vélez Ramos, N. D. (2021). *Lenguaje audiovisual del vídeo “El pedido de Gareca”, emitido por la Federación Peruana de Fútbol, 2020*. [Tesis de grado Universidad Nacional de Piura] Repositorio UNP <https://repositorio.unp.edu.pe/handle/20.500.12676/3147>
- Urrea Giraldo, J. E., (2014). Lenguaje y contenido audiovisual de los programas en Internet frente a los programas de televisión convencional. *Revista Lasallista de Investigación*, 11(2), 36-42. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-44492014000200005
- Vázquez-Herrero, J.; Negreira-Rey, M.-C.; López-García, X. (2020). Let's dance the news! How the news media are adapting to the logic of TikTok. Journalism. https://minerva.usc.es/xmlui/bitstream/handle/10347/23517/2020_tiktok_accepted_minerva.pdf;jsessionid=3607ABE2A1617C9D25BBD2F8DF06682F?sequence=1
- Zalbidea, G. (2020). *El periodismo escrito en la era digital estudio de caso sobre la transformación de la prensa tradicional a partir de internet y las redes sociales*. [Tesis doctoral Universidad de Deusto] Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=284490>.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de categorización apriorística.

ÁMBITO	PROBLEMAS		OBJETIVOS		CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CRITERIOS	MÉTODO	INSTRUMENTO
Adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022	GENERAL	ESPECIFICO	GENERAL	ESPECIFICO	ADAPTACIÓN DE CONTENIDOS PERIODISTICOS	ASPECTOS MORFOLÓGICOS	VISUALES	ENFOQUE: cualitativo	GUÍA DE OBSERVACIÓN
	¿Cómo es la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022?	¿Cuáles son los aspectos morfológicos en la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022?	Analizar la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022.	Analizar los aspectos morfológicos en la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022.			SONOROS		
		¿Cuáles son los aspectos sintácticos en la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022?		Analizar los aspectos sintácticos en la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022.		PLANOS			
						ÁNGULOS			
ENCUADRES	TIPO: Básica	DISEÑO: hermenéutico	ENTREVISTA	REVISIÓN DE DOCUMENTOS					

Anexo 2: Matriz de operacinalizad

Problema general	Categoría	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	Subcategoría	Criterios	Códigos
¿Cómo es la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma Tik Tok, Lima 2022?	Adaptación de los contenidos periodísticos	Nieto N. (2017) Es la narración de hechos de interés público los cuales utilizan aspectos visuales, sonoros y conocimientos técnicos para difundir una noticia de forma más dinámica.	El siguiente ámbito temático se abordará teniendo en cuenta los criterios considerados por el autor anterior.	Aspectos morfológicos	Visuales	Personajes
Tomas de apoyo						
Video						
Gifs						
Texto						
Pregunta específica 1					Voz en off	
¿Cuáles son los aspectos morfológicos en la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma Tik Tok, Lima 2022?	Música	Diegética				
			Extradiegética			
Pregunta específica 2	Aspectos sintácticos	Planos	Narrativos			
Descriptivos						
Expresivos						
¿Cuáles son los aspectos sintácticos en la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma Tik Tok, Lima, 2022?		Ángulos	Normal			
			Picado			
			Contrapicado			
Encuadres	Horizontal					
	Vertical					

Anexo 3: Guías de observación

Ficha de observación						Nº1	
Datos generales			Datos específicos				
Video 1		¡BIENVENIDO OCTUBRE! 🇵🇪 https://www.tiktok.com/@larepublica.pe/video/7149592298567798022?is_from_webapp=1&sender_de_vice=pc&web_id=7209005656959714822		Duración		19''	
Año		01/10/2022		Música		Eva Ayllón, Estoy enamorada de mi país	
Category	Subcategorías	Criterio	Códigos	Si	No	Descripción	Interpretación
Adaptación de contenidos periodísticos	Aspectos Morfológicos	Visuales	Personajes	X		Se observa a los personajes que se encuentran en la caricatura	Los personajes que se encuentran en este video cumplen con su función que es transmitir la acción de realizar una inauguración
			Tomas de apoyo	X		Se utiliza imágenes de apoyo como turrone, una calabaza y una imagen sobre el día de la canción criolla	El utilizar estas tomas de apoyo facilita a la comprensión de que se está hablando del mes de octubre debido a que son cosas características del mes
			Video	X		Se utiliza una escena de una caricatura muy conocida mundialmente donde están iniciando un evento	La utilización de este video resulta coherente porque al igual que el video están iniciando eventos importantes en este caso en mes de octubre

		Gifs		X		
		Texto	X		Se visualiza la presencia de texto durante todo el video	Se utiliza el texto para que sirva de complemento al video, asimismo se observa el nombre del medio informativo para que el público tenga presente el medio que está realizando el contenido.
		Voz en off	X		Se escucha la voz en off que se emplea en la plataforma de tik tok.	Es esencial para entender el contexto, comprender el mensaje que se quiere transmitir
		Efectos de sonido	X		En el video de apoyo se escucha el sonido del fuego	La utilización de este efecto logra transmitir la acción de prender el recipiente y de ser quemado
		Música	Diegética		X	
			Extradiegética	X		La canción de Eva Ayllón estoy enamorada de mi país
		Narrativos		X		
		Descriptivos	X		Se utilizan planos generales donde se puede observar el entorno y a los demás personajes	La utilización de estos planos nos permite entender el contexto del lugar y la cantidad de personas que están presentes en la escena
		Expresivos		X		
Aspectos sintácticos	Planos					

	Ángulos	Normal	X		La altura presentada está a la misma altura que el personaje principal	Se nos presenta un video donde el Angulo utilizado es el normal porque es el más idóneo para situarnos en las acciones que se están realizando
		Picado		X		
		Contrapicado		X		
	Encuadres	Horizontal		X		
		Vertical	X		El video esta presentado en un formato vertical	Utilizan este encuadre para poder ofrecer un mayor dinamismo al video aprovechando el formato de Tik Tok

Ficha de observación			N°2
Datos generales		Datos específicos	
Video 2	Todavía hay esperanza en la humanidad https://www.tiktok.com/@larepublica.pe/video/7149981948817968389?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7209005656959714822	Duración	59''
Año	02/10/2022	Música	THE NIGHT - Electro Dub Tango

Categoría	Subcategorías	Criterio	Códigos	Si	No	Descripción	Interpretación
	Aspectos Morfológicos	Visuales	Personajes	X		Los presentes en la nota informativa, la reportera, el joven con discapacidad y las demás personas	Cada personaje cumple con una función específica en la nota informativa siendo mostrados de acuerdo con el nivel de relevancia que se le da
			Tomas de apoyo		X		
			Video	X		Se nos presenta un video donde personas reúnen una colecta para que alguien se quede como miembro de mesa.	El video utilizado es de un medio informativo televisivo el cual transmite un hecho de interés público que ocurrió durante las elecciones de Perú.
			Gifs		X		
			Texto	X		Se muestra un texto que describe la noticia, además, de mostrar la fuente de donde se ha conseguido el video.	Se expresa el contexto del video al inicio de este resaltando la esencia del contenido.
		Sonoros	Voz en off		X		
			Efectos de sonido		X		
			Música	Diegética		X	

			Extradiegética	X		Utilizan de música de fondo THE NIGHT - Electro Dub Tango	La canción empleada fue coherente ya que transmite la sensación correcta acorde al video y la noticia presentada
Aspectos sintácticos	Planos	Narrativos		X		Se nos muestra planos cortos para explicar los acontecimientos	Estos planos nos permiten observar el comportamiento y conductas de los personajes de mejor forma
		Descriptivos		X		Al momento de realizar la entrevista al miembro de mesa se utiliza un plano medio	Se describe la situación que está pasando el personaje principal poniéndonos como foco principal al mismo
		Expresivos			X		
	Ángulos	Normal		X		La cámara se presenta en un ángulo a la altura de los ojos del personaje principal	Se utiliza este ángulo para narrar de forma natural la situación que está atravesando nuestro personaje principal
		Picado		X		La cámara se encuentra situada por encima de la cabeza de los personajes secundarios al inicio del video cuando se hace la recolecta	Este ángulo permite identificarla como una situación difícil y al grabarlas se puede transmitir esta sensación de debilidad o inferioridad
		Contrapicado			X		
	Encuadres	Horizontal			X		
		Vertical		X		El video presentado se difunde en un formato vertical	Este formato ayuda a centrarnos en los personajes y a poder observar las reacciones de las personas que aparecen en el video

Ficha de observación						N°3	
Datos generales			Datos específicos				
Video 3		¡4 cosas que debes saber a esta hora! https://www.tiktok.com/@larepublica.pe/video/7150421462669626630?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7209005656959714822		Duración		58''	
Año		03/10/2022		Música		Hensonn - Sahara	
	Subcategorías	Criterio	Códigos	Si	No	Descripción	Interpretación
Adaptación de contenidos periodísticos	Aspectos Morfológicos	Visuales	Personajes	X		Se presenta a algunos candidatos políticos y transeúntes	Se muestra a los representantes de algunos partidos políticos ya que ellos son parte esencial en el desarrollo del video.
			Tomas de apoyo	X		Se pone una captura de una publicación de Twitter de Daniel Urresti	El poner esta imagen da un mayor reforzamiento al acontecimiento que se está narrando.
			Video	X		Se nos muestra a los principales candidatos después de las elecciones y personas transitando por la calle	Estos videos sirven de apoyo para la información que se quiere difundir presentando de forma ordenada los últimos sucesos
			Gifs		X		

		Texto	X		Información relacionada a cada uno de los eventos ocurrido luego de las elecciones	El texto se ve utilizado durante todo el video y sirve como apoyo visual para presentar cada una de las cosas que se debería saber en ese día	
	Sonoros	Voz en off	X		Se puede escuchar de fondo la voz del narrador explicando la noticia	El narrador de forma concisa explica la información siendo coherente con el contenido y el texto plasmado	
		Efectos de sonido		X			
		Música	Diegética		X		
			Extradiegética	X		La musicalización empleada es Henson - Sahara	Al ser un tema de política la canción utilizada guarda relación con lo que se quiere contar guardando la seriedad del caso
Aspectos sintácticos	Planos	Narrativos	X		Se nos muestra de forma clara las acciones de los personajes.	Mediante este plano se puede recolectar la información necesaria de lo que están realizando los actores presentes del video	
		Descriptivos		X			
		Expresivos	X		Se nos muestra tomas de algunos personajes donde se puede observar a detalle los gestos de su rostro	La utilización de este plano mayormente se emplea para mostrar las expresiones en un tiempo muy corto	
	Ángulos	Normal	X		Los videos utilizados se encuentran en un ángulo normal	los objetivos que se encuentran dentro de los videos en su mayoría están siendo grabados en un ángulo normal	
		Picado		X			

			Contrapicado		X		
		Encuadres	Horizontal		X		
			Vertical	X		El video es presentado en un encuadre vertical aprovechando el máximo los parámetros que brinda la plataforma	Inicialmente adaptaron el video principal al formato que pide la aplicación que es vertical para que de esta manera pueda llamar mejor la atención

Ficha de observación						N°4	
Datos generales			Datos específicos				
Video 4	Joven de 19 años es elegido teniente alcalde de Pueblo Libre. https://www.tiktok.com/@larepublica.pe/video/7150731396892380422?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7209005656959714822		Duración	49''			
Año	04/10/2022		Música	Baby shark – Pink fonk			
-	Subcategorías	Criterio	Códigos	Si	No	Descripción	Interpretación

	Aspectos Morfológicos	Visuales	Personajes	X		Se nos muestra a la alcaldesa de Pueblo Libre explicando lo sucedido	La aparición de este personaje fundamental es por el puesto que ejerce y es que es la más indicada para poder dar detalles de la problemática
			Tomas de apoyo	X		Cuentan con imágenes de apoyo donde se presenta al joven de quien se está hablando	Sirve de acompañamiento a la noticia en sí, estas imágenes nos muestran la importancia de quien sale en la toma de apoyo y como está ligado a la historia
			Video	X		Se utiliza como fuente un video publicado por un medio de comunicación televisivo	En líneas generales se utilizó este video como base para poder crear una noticia propio donde se usó las partes más relevantes y sustanciales que se pudieron sacar provecho
			Gifs		X		
			Texto	X		Se logra apreciar el uso del texto durante el video	Con la finalidad de presentar el tema lo utilizan al iniciar el video y durante el desarrollo lo utilizan como una herramienta para destacar hechos importantes de la noticia
	Sonoros	Voz en off	X		Se utiliza la voz artificial generado por Tik tok	Esta herramienta resulta muy útil al momento de crear los contenidos ya que no se necesita de una persona que haga voz en off en si las herramientas que brinda el aplicativo nos permite ahorrarnos tiempo al implementarlo a nuestros contenidos	
		Efectos de sonido		X			
		Música	Diegética		X		

			Extradiegética	X		Baby shark de Pink fonk se logra escuchar como música de fondo	Utilizan una música alegre para que vaya acorde a un tema que a principio resulta singular por las características del acontecimiento y para representar la juventud del teniente alcalde que fue elegido en Pueblo Libre
Aspectos sintácticos	Planos	Narrativos		X		El personaje principal se encuentra en un plano donde se puede observar con facilidad su movimiento y gesticulaciones	La utilización de este plano es acertada ya que dentro de la noticia se está explicando la decisión del municipio de elegir a este joven como teniente alcalde adema que es un plano adecuado cuando se está realizando una entrevista.
		Descriptivos			X		
		Expresivos			X		
	Ángulos	Normal		X		Se logra apreciar que la cámara se encuentra a la altura del personaje	Este ángulo le da protagonismo al objetivo principal, se da a relucir sin influir en su perspectiva del ángulo.
		Picado			X		
		Contrapicado			X		
	Encuadres	Horizontal			X		
		Vertical		X		Se muestra el contenido de forma correcta aprovechando en su totalidad los videos	El formato por defecto de tik tok es en vertical es por ello por lo que los videos se tienen que adaptar para aprovechar completamente las dimensiones que maneja el aplicativo, debido a que es una plataforma usada mayormente en celulares

Ficha de observación						N°5	
Datos generales			Datos específicos				
Video 5		¿Lima será potencia mundial? https://www.tiktok.com/@larepublica.pe/video/7151063351177628933?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7209005656959714822		Duración		53''	
Año		05/10/2022		Música		Hensonn – Sahara	
Categoría	Subcategorías	Criterio	Códigos	Si	No	Descripción	Interpretación
Adaptación de contenidos periodísticos	Aspectos Morfológicos	Visuales	Personajes	X		Se presenta al actual alcalde de Lima	La noticia trata sobre sus propuestas principales es por ello que el personaje principal que tiene que salir es el para que guarde coherencia con la información
			Tomas de apoyo		X		
			Video	X		Videos representativos del actual alcalde de lima que guardan relación con el tema	Los videos sirven como apoyo para poder explicar el tema fueron seleccionados con la intención de querer expresar de forma concreta la información que maneja el medio de esta manera se puede mostrar la relación que guardan logrando un contenido visual bien realizado
			Gifs		X		

		Texto	X		El texto describe las propuestas del actual alcalde de Lima	De forma estructurada durante el video se va presentando los textos con cada una de las propuestas de las que se tiene conocimiento asimismo como la presencia del nombre del medio de comunicación para lograr la presencia de marca en la audiencia y un texto de opiniones para lograr la interactividad con el público	
	Sonoros	Voz en off	X		El medio de comunicación utiliza la voz en off de una persona y no la herramienta de tik tok	Al usar un talento humano para la realización de este criterio se le da un agregado a la noticia porque la vuelve más humana y puede generar un vínculo con la audiencia por que la voz transmite emociones y sentimientos.	
		Efectos de sonido	X		Se utilizó como acompañante entre la presentación de propuestas siendo utilizado entre las transiciones	Este efecto de sonido sirve para dar mayor dinamismo al video al complementarlo con la transición que utilizaron en el video da la sensación de pasar entre notas logrando llamar la atención del público.	
		Música	Diegética		X		
			Extradiegética	X		Utilizaron Hensonn – Sahara como música de fondo	El medio utiliza este fondo musical para transmitir un acontecimiento relativamente serio donde se da a conocer temas relevantes ya que la sensación que transmite va acorde a la voz y al tema que se está proyectando
Aspectos sintácticos	Planos	Narrativos	X		Los planos se muestran al alcalde de lima en un plano medio	La utilización de este plano resulta efectiva para mostrar al personaje, se logra observar detalladamente características y acciones del personaje logrando más dinamismo entre lo que observa la audiencia y lo que se plasma en el video	
		Descriptivos		X			

		Expresivos		X		
Ángulos	Normal		X		Los videos plasmados son presentados en un ángulo normal	Se busca transmitir la noticia de forma objetiva se muestra el sujeto o la situación sin tener que agregar alguna perspectiva adicional ya que la finalidad de este ángulo es ser lo más transparentes posibles
	Picado			X		
	Contrapicado			X		
Encuadres	Horizontal			X		
	Vertical		X		El video se presente bajo un formato vertical	Este encuadre es óptimo para mejorar la experiencia del usuario que navega en la plataforma tik tok ya que este formato genera un mayor impacto a la audiencia debido a sus dimensiones y al espacio limitado para presentar sus recursos

Anexo 3. GUIA DE ENTREVISTA

Dia:	11-05-2023	Hora:	1:30 PM
Lugar:	ZOOM	Entrevistado:	Entrevistado 1
Objetivo	Analizar la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022.		
Preguntas	Respuestas		
Opine, cómo se ha visto modificada la elaboración de los contenidos periodísticos en las plataformas digitales.	Para mí que se ha visto modificado de una manera muy grande, ahora los contenidos son más reducidos con información más clara de repente, pero también con información no tan contrastada por ser contenido rápido, porque es rapidez, tiene que ser corto, muy corto, muy rápido y antes no, antes te tomabas tu tiempo, normalmente te tomabas un día, creo que más que toda la rapidez, en la cual tu generas el contenido periodístico		
Diga qué elementos se puede encontrar en los contenidos periodísticos que se crean para redes sociales.	Un contenido conciso, contenido corto, contenido de fácil entendimiento, con palabras rápidas, imágenes, muy visual, infográfico, videos, muchos videos ahora todo es tan multimedia que debes tener muchas piezas graficas eso, sobre todo.		
De su opinión respecto a los medios periodísticos que incursionan en plataformas como Tiktok para elaborar contenido.	Personalmente a mí no me gusta, o sea, yo personalmente no uso tik tok, así convencionalmente solo por información de trabajo y no es un tema que comparta considero que tik tok puede confundir y tergiversar información al ser un medio de rápido consumo de un consumo muy masivo entre jóvenes no sé qué tan positivo sea para un medio serio de comunicación si es que la información no está debidamente contrastada porque al querer rapidez no siempre contrastas información hace poco creo que hubo un error que publicaron un ataque que supuestamente era en puno y era en ecuador por lo mismo que tú quieres subir, subir, subir, subir contenido a tik tok o a redes no lo contrastas debidamente entonces para mí el punto en contra es eso el		

	poco contraste que hay de información y de querer ganarle al otro medio te hace perder seriedad en la información que tu subes
Explique cómo debe de estar estructurado el contenido periodístico para que tenga impacto en las plataformas digitales.	Yo creo que debería de ser principalmente recepcionar el contenido, antes de publicar el contenido, antes que hagas tu pieza gráfica, antes que edites el video deberías contrastar esa información con otros medios si es mundial, con la persona adecuada si es que es por ejemplo no sé qué Toledo murió, antes de publicarlo deberías de averiguar en que hospital estuvo o sea averiguar la fuente de la noticia y después de eso te tomara pues 45 minutos lo publicas pero lo publicas bien, publicas la pieza grafica bien pero no la publicas antes de verificarla me entiendes o en todo caso harías la pieza grafica previo con dos variantes y no la publicas hasta haber contrastado la información
De qué manera se puede aprovechar los efectos sonoros en la creación de contenido periodístico.	De una manera muy grande por ejemplo yo trabajo en radio y televisión a la vez y puedo decir que los efectos sonoros le dan un plus a la información que ayudan de repente, situar el hecho no se una información de china con música de china tu entiendes que estas en china sin a ver leído la noticia en si o los sonidos de un choque los sonidos de una balacera yo creo que ayudan a poder apreciar mejor la noticia y le da un plus extra sobre esa parte partiendo de la base que solamente se tiene una oportunidad de 30 segundos sobre la información que colocas en estas plataformas digital
Cuál es su opinión sobre los contenidos informativos que se difunden en Tiktok.	Como vuelvo a repetir lo de tik tok para mí no es una red social seria me parece una red social boba, personalmente no consumo muchas noticas por ahí pero las pocas que he visto si hablamos de medios tradicionales, de medios oficiales asumo que esos medios han contrastado sus noticas pero cuando hay un joven que hace noticias en tik tok que yo no sé cuál es su fuente entonces si yo no sé cuál es la fuente de este joven que no trabaja en un medio que no es un periodista de investigación solo es un chico que informa entonces yo no sé qué tan fidedigna sea la información que me brinda me entiendes entonces eso es lo que no me gusta que tan real pueda ser la información y que tan informado está el por qué repetir lo que escriben otros portales digitales no es información o sea si él me va a leer una noticia que subió ponte la república y me la va a leer entonces no me estas informando nada simplemente me estas repitiendo lo que ya informo otro medio entonces no sé cuál será la veracidad de la información que el me brinde

<p>Explique cómo los elementos visuales y sonoros usados en la creación de contenidos periodísticos en Tiktok repercute en el público.</p>	<p>Creo que ese es el detalle el gran plus que le brindan al editarlo los colores vibrantes los sonidos de impacto la misma voz que embola la persona que está hablando eso ayuda mucho a que sean vistosos estos contenidos porque si es un contenido plano obviamente a nadie le va a llamar la atención porque es lo mismo que ves en la tele en cambio ahí es más rápido más dinámico con música con efectos de todo tipo con imágenes de apoyo con letras vistosas o sea obviamente ayudan un montón a llamar la atención del consumidor</p>
--	---

Dia:	12-05-2023	Hora:	9:30 PM
Lugar:	ZOOM	Entrevistado:	Entrevistado 2
Objetivo	Analizar la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022.		
Preguntas	Respuestas		
Opine, cómo se ha visto modificada la elaboración de los contenidos periodísticos en las plataformas digitales.	<p>A ver los medios de comunicación por muchas décadas hemos trabajado bajo un formato televisivo muy extenso y largo de acuerdo a las neurociencia el nivel de captación o atención de los usuarios de plataformas digitales no debe de exceder más allá de 30 segundos entonces en 30 segundos uno debe de adaptar la información sin perder el objetivo periodístico que se tiene entonces los medios de comunicación han aprendido a derivar sus fuentes informativas a estas plataformas digitales que son consumidas por un sector etario que es bastante identificado un medio de comunicación que no haga eso definitivamente no existe en estas plataformas literalmente no existen</p>		

<p>Diga qué elementos se puede encontrar en los contenidos periodísticos que se crean para redes sociales.</p>	<p>A ver los elementos que quizás antes no se explotaba era tener un impacto visual a veces el texto no necesariamente es lo que los atrae a este grupo etario el impacto visual, la gráfica lo visual es un elemento que se desarrolla como un elemento principal, segundo se desarrolla un concepto que no necesariamente el consumidor va tener el 100 % de la información pero por lo menos lo va a atraer para poder linkear al sitio donde está la información que quiere desarrollar sobre esa parte partiendo de la base que solamente se tiene una oportunidad de 30 segundos sobre la información que colocas en estas plataformas digital</p>
<p>De su opinión respecto a los medios periodísticos que incursionan en plataformas como Tiktok para elaborar contenido.</p>	<p>Ahora es avezado a veces es un riesgo bastante grande, enorme que asume un medio de comunicación para entrar estas plataformas lo primero que se preguntan es vamos a informar a través de tik tok o vamos a captar usuarios para que lleguen a la plataforma principal, lo que mi experiencia me ha enseñado es que lo que quieren hacer es captar nuevos usuarios ese grupo etario que no está muy informado no le interesa pero las decisiones que se toman en el ámbito nacional si impacta directamente a la vida cotidiana de estas personas y para que se atraigan sean atraídos el medio de comunicación deciden entrar a estas plataformas para captar su atención y traerlos esa es un poco la mecánica que usa los medios de comunicación</p>
<p>Explique cómo debe de estar estructurado el contenido periodístico para que tenga impacto en las plataformas digitales.</p>	<p>A ver el tik tok lo más importante no es el contenido en texto si no lo visual y se enfoca en eso lo visual un reel de un video de un hecho puntual ya sea si quieren mover un tema de una noticia de interés en ese momento incluso la musicalización los efectos son propios de la herramienta de tik tok que atrae a los usuarios del grupo etario que ellos consumen y ni siquiera a veces se utiliza la rotulación del post que se usa en tik tok por que el objetivo principal es llamar la atención de este grupo etario para que vaya a la plataforma principal entonces ellos se enfocan a captar la atención de acuerdo a estudios de neurociencias que hay sobre este grupo etario que consume el aspecto visual las gráficas los sonidos los emojis todo eso herramientas que ha venido desarrollando en la plataforma</p>
<p>De qué manera se puede aprovechar los efectos sonoros en la creación de contenido periodístico.</p>	<p>Te permite envolver a la persona, a veces es más fácil que una persona recuerde una información en estos grupos etarios o en el Jingle que tu usas lo va a asociar super rápido y termina asociando a la información que capto lo que pasa es que nosotros los seres humanos en la zona frontal trasera del cerebro almacenamos recuerdos</p>

	<p>temporales o a largo plazo y normalmente estos recuerdos están asociados a la emotividad a temas musicales que te recuerda y al momento que tú en otro momento espacio escuchas ese mismo tema inmediatamente tu cerebro va a botarte esta imagen, entonces estas plataformas digitales están basadas sobre neurociencias sobre emociones sobre el aspecto visual y los medios de comunicación estamos en una etapa de aprendizaje que es así como se tiene que trabajar hoy un medio de comunicación que no piense desde sus redes sociales para su plataforma digital está perdiendo su tiempo, entonces la experiencia que yo tengo y yo vengo de un formato que era blanco y negro pasamos al color el HD full HD ultra 4k y hoy hablamos de señales en plataformas digitales toda esa transición hemos tenido que aprender los medios de comunicaciones en cambio los grupos etarios que consume este producto nacieron y se desarrollan a través de esta plataforma desde 30 segundos emojis jingles graficas entonces ver otra cosa fuera de ese esquema no lo van a entender entonces los medios de comunicación o se adaptan o fracasan en el intento</p>
<p>Cuál es su opinión sobre los contenidos informativos que se difunden en Tiktok.</p>	<p>Parte de su estrategia comunicacional que tienen ellos antes el medio de comunicación vivía y dormía y producía su dinero a través de la señal abierta luego vino el cable luego vino la señal de alta calidad hoy todo eso ya no es tan importante si tu no desarrollas un concepto en plataformas digitales y en especial en este momento en el tema de tik tok, si no enfocas y te puedo decir algo muchos medios de comunicación desarrollan un área específica para generar contenido directamente para tik tok donde se hacen contenidos exclusivamente para tik tok para este grupo etario que los consume entonces le están dando la importancia ahora más que nunca. ¿Antes le daban? No le prestaban atención porque pensaban que era una más de las redes que aparecían y luego desaparecían y no había necesidad hoy es una herramienta más que usa el medio de comunicación</p>
<p>Explique cómo los elementos visuales y sonoros usados en la creación de contenidos periodísticos en Tiktok repercute en el público.</p>	<p>Como te decía, por que usamos estos elementos sonoros hay una sencilla explicación en ese tema y es que tik tok usa una herramienta que está basado en los principios de la psicología, el explotar, desarrollar la emotividad y como es una herramienta que es nueva para todos pero no desconocida para este grupo etario por que se sumerge en este mundo el medio de comunicación decide adaptarse en este tema porque dice que es el público, ojo este grupo etario que consume este producto luego se va a convertir</p>

	<p>en sus posibles usuario más adelante cuando lleguen a la edad de 40 para adelante para reforzar la marca del medio de comunicación hoy tienen que empezar a desarrollar contenido para cuando llegue a la edad de más adelante reconozca esta marca y sigan siendo fidelidad con el producto entonces el medio de comunicación usa las herramientas que están dentro de esta plataforma el tema sonoro como ya te dije a través de la neurociencia genera recuerdos te puede llevar a momentos o a recordatorios, la gráfica que se usa en tik tok no es la misma que se usa en otros tipos de plataforma y han tenido que aprender, no es fácil pero se está intentando hacer muchos medios que están fuera de ello lo están haciendo hoy y están aprendiendo yo con los años también estoy aprendiendo de este tema</p>
--	--

Dia:	15-05-2023	Hora:	1:30 PM
Lugar:	ZOOM	Entrevistado:	Entrevistado 3
Objetivo	Analizar la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022.		
Preguntas	Respuestas		
Opine, cómo se ha visto modificada la elaboración de los contenidos periodísticos en las plataformas digitales.	<p>Lo que sucede realmente tik tok se ha vuelto una plataforma poderosa con un alcance masivo en las redes sociales, en el internet para una gran cantidad de personas entonces hoy en día sabemos los comunicadores los futuros comunicadores que uno tiene que estar dentro de la vanguardia de la tecnología entonces que hace los medios de comunicación en este caso los medios escritos, la prensa escrita, la televisión toda las noticias que son plasmadas quizás en la parte digital en la parte escrita tratan de darlo a conocer mediante esta aplicación tik tok ya que tik tok no solamente es una plataforma de entretenimiento sino que es una red social que tiene un gran alcance y</p>		

	<p>es una herramienta fundamental y útil para dar a conocer a través de elementos audiovisuales piezas graficas la noticia al publica al que va dirigido y no solamente al público que va dirigido sino en general dado que Tiktok es una plataforma que tiene un alcance gigante y por eso diversos medios de comunicación han encontrado en la plataforma tik tok mucha ventaja para dar a conocer su noticia, su producto o servicios, etc. Bien sea generando más tráfico dentro de su página web o incluso utilizando herramientas de publicidad como es el caso Tiktok ADS, dado que es una herramienta que le permite tener un alcance masivo para el público al que va dirigido y en líneas generales la noticia que hoy en día es muy escaso que las personas que entra a las redes sociales te lean de 3 a 4,5,6 hasta 10 párrafos, entonces que es lo que hace los medios de comunicación utilizan diferentes estrategias, herramientas audiovisuales, herramientas de edición para crear contenidos audiovisuales personalizados enfocados y relacionados en la noticia que quieren dar a conocer, también utilizan videos, utilizan reels suelen tener excito y suele estar relacionado a la noticia y siempre un alcance digital para las personas que quieren conocer, por otro lado no soy yo un especialista en marketing digital pero diferentes estudios mencionan que Tiktok no solamente es popular sino que también es interesante por el funcionamiento de su algoritmo dado que el algoritmo se ha vuelto una pieza importante dentro del marketing digital dado que el usuario puede decidir que ver y que no, tu entras a Tiktok y puedes encontrar diversas noticias, diversos acontecimientos que sucede día a día y el algoritmo puede ser fácilmente personalizado por el usuario, por eso muchas empresas o marcas en este caso diarios y medios de comunicación buscan conseguir una exposición y una conexión especifica con su audiencia, para que se encuentren conectados con lo que quieren ver y la empresa con lo que quiere dar a conocer.</p>
<p>Diga qué elementos se puede encontrar en los contenidos periodísticos que se crean para redes sociales.</p>	<p>Existen diversas maneras o quizás diversas estrategias digitales para dar a conocer los contenidos periodísticos a través del tik tok puede ser los videos los reels las imágenes existen diversos formatos que le van a dar un éxito a la campaña en redes sociales de lo que busca el medio de comunicación, dado que las estrategias que emplean los medios de prensa, los medios escritos, digitales deben de enfocarse en un contenido más natural, en el video deben de utilizar un video de máximo 1 minuto a minuto y medio ojo que los comunicadores tenemos el pleno conocimiento que ahora el público es un</p>

	<p>poquito más especial para poder darle un contenido largo dado que se aburren no le gustan por eso tenemos que ser precisos con los formatos que le brindamos, con las noticias que le damos a conocer a través de ese formato, y eso que Tiktok cuenta con diferentes herramientas para crear contenido audiovisual mucho más interactivo que busque crear un tráfico web entre el usuario y la empresa sin la necesidad de que se invierta tanto dinero y tantos recursos, existen diversas posibilidades dentro del Tiktok no solo crear videos o reels imágenes de video sino que se puede agregar, música, voces y efectos en videos de corta duración que hace que la audiencia reciba el mensaje de manera más clara, más concisa y sobre todo eficiente que es lo que busca el medio de comunicación al momento de dar a conocer la noticia y en el mismo momento que le das a conocer la noticia a través de esos efectos que te brinda el Tiktok como son la música, los efectos las voces que se pueden emplear tienen que ser de forma natural y sobre todo humanizada para que creen un enganche preciso y eficaz entre el usuario y el medio de comunicación</p>
<p>De su opinión respecto a los medios periodísticos que incursionan en plataformas como Tiktok para elaborar contenido.</p>	<p>Particularmente pienso como comunicador, como usuario que es lo más correcto, obvio que no se debe de caer sobre todo en el sensacionalismo, hoy en día los comunicadores, los medios de prensa los medios de comunicación tienen que estar dentro de la vanguardia de la tecnología hoy en día ya no estamos en la necesidad de quizás generar contenido en un diario o quizás hasta en Facebook hoy en día la tecnología está avanzando tanto, el internet está dando tantas nuevas opciones herramientas para brindar la noticia que creo que es lo más pertinente que los medios de comunicación integren a Tiktok como una estrategia de marketing digital que no solamente de marketing digital como para generar ventas, todo lo contrario sino para tener a un público más enganchado con lo que quiere dar a conocer hoy en día diversos jóvenes pueden entrar a su celular y lo primero que hacen es ver Instagram o tik tok en tik tok encuentran la noticia dentro de 30 segundo un minuto o minuto y medio mejor resumida que lo que puedes encontrar dentro de una nota informativa en el diario digital en la parte digital de un medio de prensa entonces para mi si es fundamental necesario y pertinente que un medio de comunicación se encuentre conectado a esta nueva era digital, esta nueva era digital está dando tantas herramientas en el internet que todos los medio, las personas deben verse incluidos y sobre todo con la capacidad</p>

	<p>de poder generar contenido para llegar a su audiencia y quizás no quedarse dentro de la fila de los medios que no se encuentran conectados en la interactividad y la multimedialidad que son herramientas importantes que brindan el internet, recuerda que la popularidad que ha tenido Tiktok es el crecimiento exponencial dentro del mundo digital ha hecho que aplicaciones como Instagram replantee sus herramientas, todos los conocemos videos que han traído interés de millones de usuarios y el público ha decidido también estar conectados dentro de esta red social para poder tener una relación indirectamente con los medios de prensa no solo con los medios de comunicación sino con marcas, con personajes públicos con políticos etc. Tik tok se ha vuelto tan poderoso que es una de las redes sociales con gran alcance dentro del internet y alguna empresa, medio de comunicación que no se encuentre dentro de la vanguardia de la tecnología y dentro de estas herramientas digitales creo que estaría por el tacho, estaría perdiendo bastante audiencia y sobre todo bastante posicionamiento dentro del internet</p>
<p>Explique cómo debe de estar estructurado el contenido periodístico para que tenga impacto en las plataformas digitales.</p>	<p>Para elaborar un contenido dentro de tik tok dentro de las herramientas que te brindan creo que siempre yo reitero a los colegas a los futuros periodistas es no caer en el morbo dentro de la elaboración del contenido y no caer en el sensacionalismo como se dice, yo he visto medios de comunicación, medios digitales dentro de las redes sociales que crean un contenido periodístico basándose en imágenes sensacionalistas, basándose en el morbo y lamentablemente hoy en día es lo que vende, tu colocas un video resumiendo matanza en la principal calle del callao y se ve a la persona llena de sangre, creo que no debería de ser asi debería de ser lo más correcto dar a conocer una noticia resumida con imágenes, unas imágenes coherentes en relación al suceso que se está dando a conocer sin caer en el morbo ni el sensacionalismo y dentro de la estructura de la información brindar los datos precisos y concisos nada más, con música de fondo con las voces que permite el Tiktok como una herramienta para generar más, hacerlo más atractivo la noticia y sobre todo con una información objetiva, imparcial y que no sea tendenciosa ese es mi punto de vista para que el medio de comunicación generar una noticia dentro del tik tok no debe de caer en el morbo ni sensacionalismo debería plantear imágenes relacionadas al suceso u acontecimiento utilizar las herramientas de tik tok como la música de fondo las voces, emplear las letras en un tiempo corto para</p>

	<p>no aburrir a la audiencia y sobre todo no brindar la noticia de forma tendenciosa sino de forma objetiva debería de ser la principal premisa del medio de comunicación dentro de las redes sociales para emplear sus estrategias y así captar la atención de más público sobre todo atraer más audiencia dentro de sus redes sociales.</p>
<p>De qué manera se puede aprovechar los efectos sonoros en la creación de contenido periodístico.</p>	<p>Para empezar un ejemplo cuando tú haces una nota periodística un reportaje utilizas imágenes y música en relación al contexto que se va presentando, si hay un asesinato el periodista no va a empezar con un efecto sonoro de música de ambiente ni música de canciones va a empezar con un efecto sonoro que pueda acoplarse al contexto que se está dando a conocer, entonces dentro del Tiktok creo que se puede utilizar efectos sonoros básicos y sobre todo que esté relacionado al suceso o a la noticia que se está dando a conocer dentro de la creación del contenido digital solamente que no utilizar efectos fuera de lo natural sin caer en lo desleal que se puede decir dentro del periodismo sino utilizar efectos sonoros básicos. Yo no profundo mucho en este aspecto que me has preguntado por qué tengo ese rigor y ese compromiso periodístico si yo doy a conocer algún suceso, alguna noticia, utilizo imágenes y utilizo sonidos que estén relacionados al acontecimiento que se quiere dar a conocer, para que sirva los efectos sonoros para crear emociones, sensaciones en el público, se debe utilizar efectos coherentes y que se encuentren relacionados a la noticia que se quiere dar a conocer he visto dentro de Tiktok que a veces informan dan a conocer algún suceso triste y utilizan músicas de tristeza que generan sensaciones emociones en el público. Es correcto por que un contenido periodístico debe causar algo en el público, pero no se debe de caer como lo reitero en el morbo o quizás utilizar músicas fuera de lugar que no tengan una correlación con la noticia o con el acontecimiento que se está dando a conocer, debe de ser en líneas generales debe de ser un efecto sonoro relacionados a la noticia y que exprese emociones y sensaciones en la audiencia para que el público se enganche y se pueda conocer la forma en que se está dando a conocer el suceso.</p>
<p>Cuál es su opinión sobre los contenidos informativos que se difunden en Tiktok.</p>	<p>He visto cantidades de contenidos informativos dentro de esto de tik tok de diversas maneras, recuerda que el principal objetivo o misión que tiene el tik tok es potenciar la creatividad de la persona que lo utiliza para dar a conocer algún suceso a través de las herramientas que brinda el Tiktok para dar a conocer a la gente, entonces creo que la forma en cómo se está dando a conocer la información dentro del tik tok en algunos</p>

	<p>casos es coherente, asertivo, pertinente, porque hay medios de comunicación que están posicionados dentro del Tiktok como lo sabemos cómo es el diario la república, el comercio, infobaes son medios de comunicación grandes que tienen profesionales con conocimiento en marketing digital que saben cómo dar a conocer la noticia sin embargo existen otros medios que tienen la capacidad de dar informar de una manera distinta, recuerda que cada periodista tiene una manera distinta de enfocar su noticia, entonces creo yo que hay contenidos que son correctos como hay contenidos que para mí particularmente recuerda esto es subjetivo no significa que yo estoy en lo correcto es subjetivo que hay medios de comunicación que emplean el tik tok para dar a conocer la noticia de una manera quizás tendenciosa para generar morbo, para generar un tipo de sensacionalismo en su audiencia para generar caos, entonces cada medio de comunicación emplea sus herramientas digitales conforme a su línea editorial al enfoque periodístico que ellos crean conveniente, como nosotros veamos la información dentro de tik tok es subjetivo hay medios de comunicación que para mí informan de manera, veras, concisa y sobre todo responsable como hay otros medios de prensa que informa de manera tendenciosa que tienen otro objetivo que no solo se basa en informar se basa en crear morbo y crear discusiones dentro del tik tok recuerda mientras más se comparta, se comente se genera más tráfico web dentro del tik tok, entonces es subjetivo hay medios de comunicación que informan responsablemente como hay medios de comunicación que tiene otro objetivo que no se basa en informar sino se basa en generar morbo o tendrán otros objetivos</p>
<p>Explique cómo los elementos visuales y sonoros usados en la creación de contenidos periodísticos en Tiktok repercute en el público.</p>	<p>Para que un elemento audiovisual y sonoro repercute en el público lo primero que tiene que ser es ser impactante, entonces si no es impactante obvio sin caer en el sensacionalismo, amarillismo, mientras un contenido sea impactante sea de interés sobre todo, porque podemos ver contenidos que no son de interés y el público no le va prestar atención, creo que debe de ser de intereses para que el público se encuentre enganchado con la noticia se debe de utilizar las herramientas audiovisuales y sonoros de manera responsable recuerda que los elementos audiovisuales son las imágenes, las tomas de apoyo, hasta los recursos sonoros es un elemento audiovisual, se debe de usar imágenes que plasmen la realidad de la noticia acompañado de los efectos sonoros que mencionas para dar a conocer un suceso y crear una sensación en la audiencia creo que</p>

	<p>se debe ser muy responsable y sobre todo muy creativo, porque creo que la creatividad es una ventaja que debe de tener el periodista o el comunicador para poder crear un contenido viral dentro de la red social recuerda que no todas las publicaciones tienen que ser formales ya que en la mayoría la audiencia en su mayoría son jóvenes que buscan entretenimiento fresca en cada videos entonces debe de ser muy creativo el comunicador o periodista en generar un contenido periodístico utilizando las herramientas más importantes que haz mencionado que son los audiovisuales y los sonoros entonces debe de utilizarlo de manera responsable para que sea una ventaja dentro de la elaboración del contenido para así se pueda enganchar al público</p>
--	--

Dia:	15-05-2023	Hora:	9:30 PM
Lugar:	ZOOM	Entrevistado:	Entrevistado 4
Objetivo	Analizar la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022.		
Preguntas	Respuestas		
Opine, cómo se ha visto modificada la elaboración de los contenidos periodísticos en las plataformas digitales.	<p>Ahora relacionadamente en el periodismo en general, que ahora ya incentivando con el tema del periodismo digital es importante para poder llegar a más masas, no sé si te habrás dado cuenta que como en tu caso que estas investigando a la República o en otros canales latina también está implementando mucho este método para llegar a más gente tengo entendido que América televisión también entonces son plataformas que de todas maneras hay gente que viendo Tiktok viendo reels, viendo videos cortos por Instagram se enteran más las cosas de lo que está pasando que leer un artículo que normalmente se acostumbra igualmente porque hasta ahorita se sigue realizando todo este proceso porque obviamente esto nunca va a pasar de moda pero es una forma más</p>		

	<p>de darle más dinámica a la información para llegar a la población ya sea de distintos temas y yo creo que es una forma buena porque no solamente lo haces en lo que es relacionadamente a la actualidad sino que también lo haces en el deporte, en el entretenimiento, lo haces en política entonces vaya cosa, por ejemplo hace poco creo que fue en latina sino me equivoco informaron al toque yo estaba en la calle y sin ver noticias me salió automáticamente un video informando que ya habían capturado al expresidente Alejandro Toledo y que ya lo estaban extraditando entonces son manera que uno ya mira sin abrir un artículo sin abrir una nota informativa ya estas sabiendo mediante un video y creo que es forma buena para ver</p>
<p>Diga qué elementos se puede encontrar en los contenidos periodísticos que se crean para redes sociales.</p>	<p>Son varias cosas entre la edición, la musicalización, los gráficos, los videos relacionadamente, las declaraciones que uno ve y eso creo que atrae a uno, la musicalización también es importante obviamente tú ves una nota deportiva no se universitario gano el clásico y le ponen de fondo la música de la u su polka entonces obviamente te va a llamar la atención a que el hincha capaz de universitario o el hincha que le gusta el deporte vea esa nota y por mediante tik tok que ahora muchos medios de comunicación están dándole prioridad a este periodismo digital hacen que uno sepa en este caso hincha de universitario sepa sobre su equipo</p>
<p>De su opinión respecto a los medios periodísticos que incursionan en plataformas como Tiktok para elaborar contenido.</p>	<p>Es muy importante porque obviamente estamos en el siglo 21 donde las comunicaciones los medios masivos hacen que la gente vea estas cosas y ahorita que está de moda todo esto de Tiktok la forma en informar es super importante como te dije estas en un lado estas ahorita en el carro y de la nada te llega un video donde sale una información de último minuto obviamente te da notoriedad oye no sí que ha pasado lo mismo me paso cuando fue lo del golpe de estado de pedro castillo yo estaba en el carro y de la nada un video salía que creo que fue en ese entonces de la república que lanzo eso y al toque verifique entre a Twitter a ver o entre a Facebook y salía obviamente que había golpe de estado y todo el tema</p>
<p>Explique cómo debe de estar estructurado el contenido periodístico para que tenga impacto en las plataformas digitales.</p>	<p>Si tú te das cuenta en una nota informativa siempre va por la entrada el cuerpo el leed todo eso, en cambio cuando tú vas a ver te sale de frente la locución, te sale de frente, las imágenes ya de frente te va a la nota o a la información que ya es relevante, como obviamente tú dices tienes menos de un minuto para informar porque si no ya la gente le parece aburrida, entonces yo creo que es una estructura buena, audiovisual como el</p>

	<p>famoso hablando por que nos llama la atención en una siento que la persona que no está metida en comunicaciones que están en el tema del ocio saben que al toque puede diferenciar la noticia saber que puede informarse sin tener que aburrirse y tener una estructura clara, yo que soy comunicador, tú que estas en proceso te van a decir ya Manuel mañana edítame por favor al toque crea una edición ahorita se vienen las eliminatorias, ya tu craneas como lo vas a hacer, la información, tus imágenes, entonces en una tienes que tener la información para poder llegar y yo creo que es una estructura buena con localización, plasmar tu texto tus imágenes y esa es una forma de llegar muy bien a las personas</p>
<p>De qué manera se puede aprovechar los efectos sonoros en la creación de contenido periodístico.</p>	<p>Para mí es importante en este caso que yo trabajé en futbol es sumamente importante el tema de audiovisual por qué haces ver al hincha lo que no se ve en el estadio, por ejemplo hace unos días justo hubo el clásico River Boca y fui a ver las redes sociales de River y fue alucinante porque había videos a ras de cancha había videos solamente de tribuna entonces son cosas que en el en vivo tu no ves entonces es algo genial y son reels que van en tik tok van en Instagram van en Facebook que realmente le da un material adicional a lo que normalmente se ve porque normalmente tú vas a una página de Facebook de un club están las fotos están algunos videos, cortos y todo pero son cosas que le dan sentido a ello y eso hace que la gente no solamente hinchas de ese club si no de otros lados otros países vean y eso también quisimos copiar en ese caso porque nosotros somos del callao somos gente relacionada a lo que es el futbol pero sentíamos que faltaba algo entonces dijimos vamos a hacer esto cada semana hay que plasmar una canción para que sea llamativa y que los entrenamientos se vean bonitos se vean como que la gente al ver el video se sientan como si estuviera en su casa en su barrio pero a la par viendo al equipo de que es hincha.</p>
<p>Cuál es su opinión sobre los contenidos informativos que se difunden en Tiktok.</p>	<p>Lo que dije relacionadamente a las informaciones de último minuto lo que se va subiendo, material adicional. Latina se está volviendo un medio de comunicación igual que la republica en temas de digitalización importantes en el país porque no solamente ya si te das cuenta los vivos que hacen en esos dos canales en este caso latina que es una canal y republica que es un diario hacen aparte en vivos por Instagram hacen en vivos por tik tok relacionan videos informativos que llamen a la gente y que le da un adicional. En la republica he visto que hay secciones de deportes, secciones de</p>

	entretenimiento y que eso da un agregado a su contenido en redes sociales y esto también debo imaginar que para tik tok entonces yo creo que ayuda a que la gente sepa un poco más y no solamente entrando directamente a la página web o a un canal para poder ver las noticias e informarse
Explique cómo los elementos visuales y sonoros usados en la creación de contenidos periodísticos en Tiktok repercute en el público.	A ver las informaciones que uno tiene y el país es un país que en cualquier momento puede pasar de todo hace que estas cosas y lo de último minuto sea fundamental como puedo abundar en el sentido, a ver las informaciones que uno da o que ve en las noticias e incluso uno puede hacer periodismo ciudadano, tu entras ahorita a editar un video y se hace viral y queda y hay casos que de momento hizo un video y le empezó a la gente y repercute entonces hace que las noticias que está pasando en el país interior del país en cualquier lugar de cualquier objetivo hace que esto sea importante para que la gente vea yo creo que de aquí a un tiempo tik tok ya será algo más, más importante en el tema de información tik tok yo creo que hace que la gente sepa entretener a la vez informar pero más adelante te apuesto que habrá periodismo en tik tok siento que va haber algo que va a llamar mucha más la atención a la gente y que va poder dar un paso más adelante a lo que es periodismo.

Consentimiento Informado (*)

Título de la investigación: Adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022

Investigador (a) (es): Fernandez Iberico Manuel Alejandro

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada Adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022 cuyo objetivo es Analizar la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022. Esta investigación es desarrollada por un estudiante de pregrado de la carrera profesional Ciencias de la Comunicación, de la Universidad César Vallejo del campus Lima Norte, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.

Problemas o preguntas

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador Manuel Fernandez Iberico con email: mfernandezib@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Dr. Matias Cristóbal, Obed Isaias email: omatiascr@ucvvirtual.edu.pe.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente

1. Se realizará una entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: Adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022.
2. Esta entrevista se realizará de forma virtual y no tendrá un tiempo definido, las respuestas de los entrevistados serán codificadas, por lo tanto, serán anónimas

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

No existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Fecha y hora:

Firma:



Shawnie Starregular Delsarb
Nombre y Apellido: 7000 4773

Consentimiento Informado (*)

Título de la investigación: Adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma Tiktok, Lima, 2022

Investigador (a) (es): Fernandez Iberico Manuel Alejandro

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada Adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022 cuyo objetivo es Analizar la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma Tiktok, Lima, 2022. Esta investigación es desarrollada por un estudiante de pregrado de la carrera profesional Ciencias de la Comunicación, de la Universidad César Vallejo del campus Lima Norte, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.

Problemas o preguntas

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador Manuel Fernandez Iberico con email: mfernandezib@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Dr. Matías Cristóbal, Obed Isaias email: omatiascr@ucvvirtual.edu.pe.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente

1. Se realizará una entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: Adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022.
2. Esta entrevista se realizará de forma virtual y no tendrá un tiempo definido, las respuestas de los entrevistados serán codificadas, por lo tanto, serán anónimas

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

No existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Fecha y hora:

Firma:



Nombre y Apellido: Percy Salinas Tumbaco

Consentimiento Informado (*)

Título de la investigación: Adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022

Investigador (a) (es): Fernandez Iberico Manuel Alejandro

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada Adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022 cuyo objetivo es Analizar la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022. Esta investigación es desarrollada por un estudiante de pregrado de la carrera profesional Ciencias de la Comunicación, de la Universidad César Vallejo del campus Lima Norte, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.

Problemas o preguntas

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador Manuel Fernandez Iberico con email: mfernandezib@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Dr. Matías Cristóbal, Obed Isaias email: omatiascr@ucvvirtual.edu.pe.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente

3. Se realizará una entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: Adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022.
4. Esta entrevista se realizará de forma virtual y no tendrá un tiempo definido, las respuestas de los entrevistados serán codificadas, por lo tanto, serán anónimas

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

No existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Fecha y hora:

Firma:



Nombre y Apellido: Andy Iparraguirre

Consentimiento Informado (*)

Título de la investigación: Adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022

Investigador (a) (es): Fernandez Iberico Manuel Alejandro

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada Adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022 cuyo objetivo es Analizar la adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022. Esta investigación es desarrollada por un estudiante de pregrado de la carrera profesional Ciencias de la Comunicación, de la Universidad César Vallejo del campus Lima Norte, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.

Problemas o preguntas

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador Manuel Fernandez Iberico con email: mfernandezib@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Dr. Matías Cristóbal, Obed Isaias email: omatiascr@ucvvirtual.edu.pe.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente

5. Se realizará una entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: Adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022.

6. Esta entrevista se realizará de forma virtual y no tendrá un tiempo definido, las respuestas de los entrevistados serán codificadas, por lo tanto, serán anónimas

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

No existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Fecha y hora:

Firma:



Nombre y Apellido: JOSÉ FRANCISCO CALDERÓN ARADIEL

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Ramos Palacios Wilder Fabio

Título y/o Grado:

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

Universidad que labora: Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Fecha: 20/04/2023

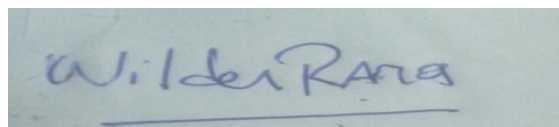
Adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022

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 SÍ 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 categorías 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 categorías de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de recolección, se relacionan con el objetivo de estudio?	X		
7	¿El diseño del instrumento de recolección facilitará el análisis e interpretación de datos?	X		
8	¿Del instrumento de recolección, los datos serán objetivos?	X		
9	¿El instrumento de recolección será accesible a la población sujeto de entrevista?	X		
10	¿El instrumento de recolección 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: Ramos Palacios Wilder Fabio

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: María del Carmen Fernández Trujillo

Título y/o Grado: Magíster en Comunicación Social

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

Universidad que labora: Universidad César Vallejo/ Universidad Privada del Norte/ Universidad San Martín de Porres

Fecha: 5 de mayo de 2023

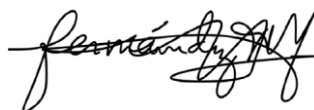
Adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022

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 SÍ 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 categorías 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 categorías de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de recolección, se relacionan con el objetivo de estudio?	X		
7	¿El diseño del instrumento de recolección facilitará el análisis e interpretación de datos?	X		
8	¿Del instrumento de recolección, los datos serán objetivos?	X		
9	¿El instrumento de recolección será accesible a la población sujeto de entrevista?	X		
10	¿El instrumento de recolección es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	TOTAL			

SUGERENCIAS:

Firma del experto



Nombre y apellidos: María del Carmen Fernández Trujillo

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS
Apellidos y nombres del experto: Ballón Soto, Luis Enrique

Título y/o Grado: Maestro en Gestión del Talento Humano

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

Universidad que labora: Universidad César Vallejo

Fecha: 29/04/23

Adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 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 SÍ 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 categorías 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 categorías de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de recolección, se relacionan con el objetivo de estudio?	X		
7	¿El diseño del instrumento de recolección facilitará el análisis e interpretación de datos?	X		
8	¿Del instrumento de recolección, los datos serán objetivos?	X		
9	¿El instrumento de recolección será accesible a la población sujeto de entrevista?	X		
10	¿El instrumento de recolección es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	TOTAL	10		

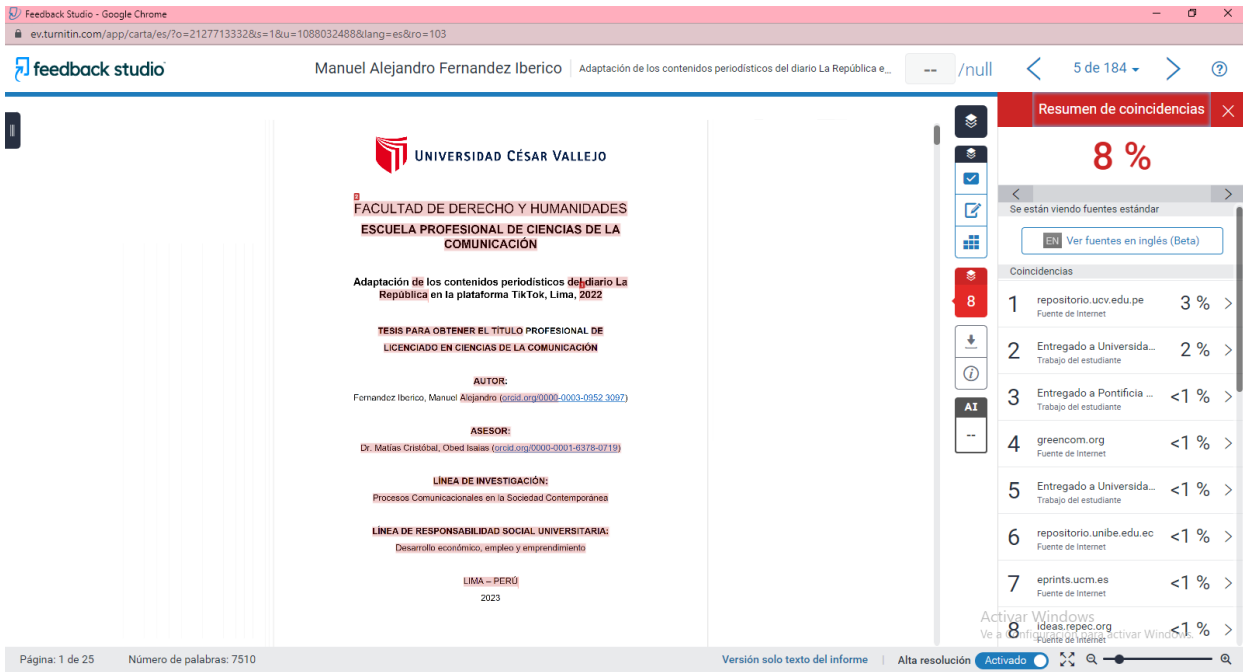
SUGERENCIAS:

Firma del experto



Nombre y apellido: Mg. Luis Enrique Ballón Soto

Turnitin:



The screenshot displays the Turnitin Feedback Studio interface. The main document area shows the following text:

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Adaptación de los contenidos periodísticos del diario La República en la plataforma TikTok, Lima, 2022
TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
AUTOR:
Fernandez Iberico, Manuel Alejandro (orcid.org/0000-0003-0952-3092)
ASESOR:
Dr. Matías Cristóbal, Obedi Isaias (orcid.org/0000-0001-6978-0719)
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea
LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:
Desarrollo económico, empleo y emprendimiento
LIMA – PERÚ
2023

The right sidebar shows a similarity report with a total of 8%. The list of matches is as follows:

Match Number	Source	Percentage
1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	3 %
2	Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante	2 %
3	Entregado a Pontificia ... Trabajo del estudiante	<1 %
4	greecom.org Fuente de Internet	<1 %
5	Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante	<1 %
6	repositorio.unibe.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
7	eprints.ucm.es Fuente de Internet	<1 %
8	ideas.repec.org Fuente de Internet	<1 %

At the bottom of the page, the status bar indicates: "Página: 1 de 25", "Número de palabras: 7510", "Versión solo texto del informe", "Alta resolución", and "Activado".