



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**Análisis de contenido del reel “Momentos virales del
ciclón Yaku– Parte 2” de la red social TikTok del Trome,
marzo 2023**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

AUTORES:

Gutierrez Isidro, Sebastian Alejandro (orcid.org/0000-0001-6416-3392)

Peña Helfers, Marycielo (orcid.org/0000-0001-6811-6470)

ASESOR:

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

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comunicación para el Desarrollo Humano

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2023

DEDICATORIA

A cada miembro que conforma nuestras familias, por apoyarnos recorriendo estos 5 años de la carrera más importante de nuestras vidas, por alentarnos a seguir adelante a pesar de las adversidades. A Candy y Hana, por haber sido motivación y refugio en los momentos difíciles.

AGRADECIMIENTO

A Dios, porque sin él nada de esto hubiera sido posible. A nuestro asesor de tesis, que, con su conocimiento y experiencia, nos guió para sacar adelante la presente investigación.



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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CAUTIN MARTINEZ ALFREDO, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Análisis de contenido del reel "Momentos virales del ciclón Yaku– Parte 2" de la red social TikTok del Trome, marzo 2023, cuyos autores son PEÑA HELFERS MARYCIELO, GUTIERREZ ISIDRO, SEBASTIAN ALEJANDRO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 14% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado el reporte y he concluido 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 corresponde 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, 20 de noviembre de 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CAUTIN MARTINEZ ALFREDO DNI: 40134925 ORCID: 0000-0001-6502-8870	Firmado electrónicamente por: ACAUTINM el 20-11- 2023 21:20:20



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

Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, GUTIERREZ ISIDRO SEBASTIAN ALEJANDRO, PEÑA HELFERS MARYCIELO estudiantes de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Análisis de contenido del reel Momentos virales del ciclón Yaku– Parte 2" de la red social TikTok del Trome, marzo 2023 ", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

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

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

Nombres y Apellidos	Firma
PEÑA HELFERS MARYCIELO DNI: 76302495 ORCID: 0000-0001-6811-6470	Firmado electrónicamente por: PENAHELTERS el 26- 11-2023 19:27:57
GUTIERREZ ISIDRO SEBASTIAN ALEJANDRO DNI: 70779116 ORCID: 0000-0001-6416-3392	Firmado electrónicamente por: SAGUTIERREZG el 27- 11-2023 17:37:29

Código documento Trilce: INV - 1564965

Índice de Contenidos

Carátula	
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Declaratoria de autenticidad del Asesor.....	iv
Declaratoria de originalidad de Autores	v
Índice de contenidos	vi
Índice de tablas	vii
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	13
3.1. Tipo y diseño de investigación	13
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización	13
3.3. Escenario de estudio.....	14
3.4. Participantes.....	14
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	15
3.6. Procedimiento	15
3.7. Rigor científico.....	16
3.8. Método de análisis de datos	16
3.9. Aspectos éticos	17
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	18
V. CONCLUSIONES	23
VI. RECOMENDACIONES	25
REFERENCIAS.....	26
ANEXOS	

Índice de Tablas

Tabla 1. Cuadro de participantes	15
Tabla 2. Juicio de expertos.....	16

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Analizar el contenido del reel “Momentos Virales del Ciclón Yaku– Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023. Este estudio es de enfoque cualitativo, de tipo básico, diseño de análisis de contenido, se aplicó una ficha de observación y su unidad de análisis fue el contenido del reel de Tik Tok.

Los resultados obtenidos muestran que al analizar las 5 categorías (temática, edición, lenguaje audiovisual, mensaje e interacción), en los clips del reel, se ha demostrado que han jugado un rol importante en la aceptación de los usuarios y la manera de presentar el contenido en Tik Tok.

Se concluyó que, el “Trome” ha presentado el reel utilizando los elementos asu favor para generar el interés de su público en Tik Tok. Asimismo, la unión e integración de cada componente en los videos de TikTok de la cuenta del Trome ayudó a atraer una mayor cantidad de seguidores.

Palabras clave: Red social, TikTok, reel, contenido, Trome

ABSTRACT

The general objective of this research is: Analyze the content of the reel “viral moments of the Yaku Cyclone – Part 2” of the Trome TikTok social network, March 2023. This study has a qualitative approach, basic type, content analysis design , an observation.

The results obtained show that when analyzing the 5 categories (theme, edition, audiovisual language, message and interaction), in the clips of the reel, they have played an important role in the acceptance of the users and the way of presenting the content in TikTok.

It is concluded that the "Trome" has presented the reel using the elements in its favor to generate the interest of its audience in TikTok. Likewise, the union and integration of each component in the TikTok videos of the Trome account helped to attract a greater number of followers.

Keywords: Social network, TikTok, reel, content, Trome.

I. INTRODUCCIÓN

La tecnología avanza a pasos agigantados en una sociedad encantada por las nuevas creaciones en donde el estuche parece más importante que el contenido. Niños, adolescentes y jóvenes dedican la mayor parte de su tiempo a estar conectados a un aparato móvil. Entre fotos y reels subidos en redes sociales, sus mentes se quedan inmersas, pero ¿cómo se construye cada publicación? Pueden ser empresas, artistas o personas comunes que crean contenido y lo comparten mediante sus cuentas de Facebook, Instagram o TikTok, siendo estas las más solicitadas por los usuarios. TikTok, a pesar de ser una de las más recientes, ha cautivado a grandes y chicos, en donde su principal atractivo son los videos de corta duración. Desde la imagen, los efectos sonoros o el mensaje del contenido audiovisual que se viraliza en la internet, es importante analizar cómo se compone un video para que sea tan llamativo entre los usuarios y sus implicancias para ellos mismos, tomando como ejemplo el reel titulado “Momentos virales del ciclón Yaku –Parte 2” subido en la red social TikTok del Trome, que cuenta con más de 7 millones de visualizaciones en medio de un acontecimiento que afectó a muchos peruanos.

Ante ello, Pablo Sammarco (2018), fundador de The Social Media Family (Agencia de Marketing española) indicó que, las redes sociales se han vuelto en parte del día a día de las personas y que cumplen las funciones de informarnos, entretenernos, comunicarnos, etc. En Estados Unidos, por ejemplo, se publicó un video en donde se observa a un joven bailando un tema del momento, volviéndose viral a los pocos minutos de haber sido lanzada a la plataforma de TikTok, en el 2021. El video en mención, obtuvo más de 313 millones de vistas, cifras realmente asombrosas.

A nivel nacional, según la Agencia Peruana de Noticias (2023), Tik Tok es la red social con mayor crecimiento dentro del territorio peruano desde la llegada de la Covid-19 al país y, convirtiéndose en la actualidad, en la cuarta aplicación que más prefieren los usuarios para estar al día de lo que pasa; siendo los temas más consumidos: política (60%), salud y clima (31%), contenido divertido (26%). Además, un estudio realizado por Target Group Index (2021), indicó que los

adolescentes entre 12 y 17 años, son los que más hacen uso de la red social TikTok, siendo el 44%. Este porcentaje es un reflejo de lo que está sucediendo actualmente, debido a que tener un celular, se ha vuelto en algo necesario, añadiendo a esto la inteligencia del ser humano para adaptarse a la tecnología.

En el mes de marzo, TikTok fue invadido de muchos reels con temas relacionados al ciclón Yaku que azotó varias regiones del país. El Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú (2023), manifestó que está relacionado al calentamiento de la temperatura superficial del mar y que puede generar deslizamientos y huaicos. Una situación complicada que dejó estragos en la sociedad. A raíz de este fenómeno, usuarios y medios de comunicación utilizaron sus cuentas de TikTok para informar la situación a través de videos, los cuales sumaron millones de visualizaciones.

En el ámbito local, muchos jóvenes y adolescentes del sector B y C, replicaron un video viral de un joven de Punta Hermosa, en el cual se burlaban porque pedía bloqueador en medio del huaico que azotó aquel lugar. El reel en mención tuvo como consecuencias comentarios fuera de lugar reflejando todavía la discriminación que existe en nuestra sociedad.

La realidad descrita será estudiada a partir de la pregunta general ¿De qué manera se presenta el contenido del reel: “Momentos virales del ciclón Yaku –Parte 2”, en la red social TikTok del Trome, marzo del 2023?

Además, los problemas específicos son:

1. ¿De qué manera se presenta la temática del contenido del reel: “Momentos virales del ciclón Yaku –Parte 2”, en la red social TikTok del Trome, marzo del 2023?
2. ¿De qué manera se presenta la edición del contenido del reel: “Momentos virales del ciclón Yaku –Parte 2”, en la red social TikTok del Trome, marzo del 2023?

3. ¿De qué manera se presenta el lenguaje audiovisual del contenido del reel: “Momentos virales del ciclón Yaku –Parte 2”, en la red social TikTok del Trome, marzo del 2023?
4. ¿De qué manera se presenta el mensaje del contenido del reel: “Momentos virales del ciclón Yaku –Parte 2”, en la red social TikTok del Trome, marzo del 2023?
5. ¿De qué manera se presenta el nivel de interacción respecto al contenido del reel: “Momentos virales del ciclón Yaku –Parte 2”, en la red social TikTok del Trome, marzo del 2023?

En el plano teórico, esta investigación se justifica porque busca aportar al conocimiento científico con el análisis de información de fuentes confiables por medio de la socialización de los resultados obtenidos, en cierta forma, plantea una aproximación conceptual de las principales suposiciones que se tiene de la red social TikTok. Así mismo, a nivel metodológico, se justifica debido a que se utilizan instrumentos de medición como la ficha de observación, con el propósito de lograr responder a los objetivos y dar solución a la problemática social. Por otro lado, en el ámbito social se justifica porque las conclusiones que se obtengan servirán para prestar atención a los contenidos que se comparten en las redes y sus implicancias que tienen en los usuarios que la consumen.

Para llevar a cabo este trabajo se formula el siguiente objetivo general “Analizar el contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku– Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.”

Así mismo los objetivos específicos que comprende son:

1. Analizar la temática del contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.
2. Analizar la edición del contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.
3. Analizar el lenguaje audiovisual del contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.

4. Analizar el mensaje del contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.
5. Analizar el nivel de interacción respecto al contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.

II. MARCO TEÓRICO

Después de realizar una revisión exhaustiva de varios artículos de investigación nacionales e internacionales, a continuación, se describen con más detalle aquellos que sustentan el desarrollo del presente estudio.

Con respecto al objetivo general, se ha podido identificar las siguientes investigaciones:

López (2022), llevó a cabo una investigación que tuvo como objetivo analizar el contenido de TikTok de las publicaciones hechas por la empresa y por los usuarios referidos a la marca de ropa Zara, España. Esta investigación fue del tipo cualitativa - estudio de caso, en donde se analizó 106 videos publicados por “Zara” y 106 videos publicados por los usuarios de TikTok. El estudio concluyó que el contenido hecho por los usuarios es más llamativo y genera mayor interacción, que el creado por la empresa.

García (2021), realizó una investigación que tuvo como objetivo analizar la importancia de la construcción de contenido en TikTok relacionados a temas políticos, en Medellín – Colombia. Esta investigación tuvo una metodología cualitativa y utilizó una guía de observación de 25 reels de la plataforma. El estudio demostró que los usuarios que crean contenido relacionado a política son motivados para cuestionar, interactuar y hacer frente a los problemas políticos como un acto de protesta.

Así mismo, con respecto al objetivo específico N°1, se ha podido identificar las siguientes investigaciones:

Cervi et al. (2022), realizaron una investigación que tuvo como objetivo estudiar la temática, la tipología, las interacciones de los contenidos en TikTok relacionados a la educación, en España. El estudio fue cualitativo, en donde se analizó 800 reels de 10 cuentas de usuarios de TikTok que eran parte del proyecto #EduTok. El estudio demostró que existe compromiso por crear contenido de calidad y que se destaca por la capacidad de comprensión y análisis del tema por parte de los usuarios. Así mismo, se pudo observar la ausencia de cuentas en TikTok de instituciones relacionadas al proyecto #EduTok.

Suarez y García (2021), realizaron un estudio en España, que tuvo como objetivo analizar la temática de los videos de tiktokers españoles y británicos, en edad adolescente. La investigación fue cualitativa y el diseño fue el análisis de contenido, se estudió 447 reels de 12 creadores de contenido británicos y 12 españoles, de edades que van desde los 11 a 12 años. Se concluyó que, existe una carencia de diversidad en la temática de contenido que publican los adolescentes de ambas nacionalidades en sus cuentas de TikTok.

Con respecto al objetivo específico N°2, se ha podido identificar la siguiente investigación:

Peralta (2020), realizó una investigación que tuvo como objetivo analizar el grado de relevancia de la edición de video en plataformas digitales para la creación de diversos contenidos. La investigación fue mixta (cualitativa-cuantitativa), con un diseño de estudio de caso, en el que se utilizó como instrumento una encuesta virtual realizada a estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación. Se concluyó que, la edición de video tiene gran relevancia en la elaboración del contenido en las plataformas digitales y que se debe de estar actualizado en el uso de la tecnología.

Viñuela, (2015), realizó un artículo de investigación que tuvo como objetivo analizar las transformaciones del discurso hablado al ser manipulado por el AutoTune, a través de la edición. Esta investigación fue del tipo cualitativa donde se analizaron contenidos difundidos en distintos medios de comunicación. El estudio concluyó que, la música puede tergiversar el sentido de lo que se desea comunicar, que el uso del AutoTune juega un papel importante en los discursos hablados.

Con respecto al objetivo específico N°3, se ha podido identificar las siguientes investigaciones:

Apolinario (2022), realizó una investigación que tuvo como objetivo analizar el lenguaje audiovisual del contenido que comparten los influencers Lossiblings. Esta investigación fue del tipo cualitativa y el diseño fue el análisis de contenido, se tuvo como instrumento de medición a la guía de observación. El estudio dio como

resultado que los elementos ayudan a segmentar al público ya que todos estos elementos se usan para hacer más atractivo el contenido y conseguir seguidores.

Bernal (2021), en su investigación, tuvo como objetivo identificar el lenguaje audiovisual de los videos publicados por los candidatos a la presidencia del Perú de 2021 en la red social TikTok. El estudio tuvo un enfoque cualitativo y su diseño fue estudio de caso, el cual fue aplicado a tres de los candidatos políticos primeros en las encuestas de la ONPE. La autora concluyó que, el uso de elementos audiovisuales de TikTok, hace más llamativo las publicaciones de los candidatos.

Con respecto al objetivo específico N°4, se ha podido identificar la siguiente investigación:

Vegas (2022), realizó una investigación que tuvo como objetivo general identificar la efectividad del mensaje en las publicaciones de Facebook referentes a la Universidad de Piura y su interacción en redes sociales. Esta investigación tuvo como metodología un enfoque cuantitativo, con una muestra de 500 publicaciones sobre la Universidad Piura, asimismo, la técnica que usó fue el análisis de contenido para las notas y piezas visuales publicadas por la Universidad en mención. Se concluyó que, las publicaciones referentes a la Universidad de Piura hechas por usuarios tenía mayor interacción que los posts publicados por la misma universidad. Esto se dio porque las publicaciones realizadas por usuarios utilizan un lenguaje más coloquial y es más fácil de entender el mensaje que se desea transmitir.

Con respecto al objetivo específico N°5, se ha podido identificar las siguientes investigaciones:

Narváez y Sánchez (2022), realizaron una investigación que tuvo como objetivo general analizar si TikTok tiene los componentes de Hipertextualidad, Multimedialidad e Interactividad para ser utilizada en el ciberperiodismo. El estudio fue del tipo cualitativo y aplicado, se utilizó la observación para analizar 45 videos de distintos usuarios de contenido. Se concluyó que, dos de los tres componentes no cumplen con las características para considerar a TikTok como una herramienta digital aplicada al ciberperiodismo.

Vilches (2022), realizó una investigación que tuvo como objetivo analizar la interacción de la red social TikTok de La República para entender la conducta de sus seguidores. El estudio fue del tipo cualitativo, se analizó un total de 94 videos de junio de 2022, la autora observó que hubo mayor interacción que otros meses en la red social. En la investigación, se concluyó que, el contenido relacionado a política en dicha red social, tiene mayor interactividad que otros videos. Sin embargo, la temática de entretenimiento en La República, tuvo gran acogida por los usuarios.

A continuación, se describirán los principales conceptos de la unidad temática “contenido del reel de TikTok” y sus respectivas categorías.

Peguro (2018), indicó que el contenido de un reel es la pieza de una información que se desea plasmar mediante un video corto. Esta puede diferenciarse de acuerdo a los elementos que contenga propias de la red social. Hermán (2019), afirmó que la red social TikTok es más que una aplicación para compartir videos cortos como otras que ya existen en el mercado. Es una forma de vida y conexión con el mundo exterior.

El contenido de un reel es importante porque ayuda a que se genere interés en los usuarios que navegan en las redes sociales. El contenido estimula la comunicación e interacción y fomenta las relaciones con las personas de manera virtual. El principal reto es producir contenidos que llamen la atención de su público objetivo. Es por ello que, es importante crear contenido de calidad que conecte con las personas y establezca una relación positiva.

En consecuencia, en base al concepto de contenido del reel de TikTok, se ha determinado estudiar las siguientes categorías: temática, edición, lenguaje audiovisual, mensaje e interactividad.

En base a la categoría “temática” referida al contenido, Espinel (2018), indicó que la temática es la idea central de lo que va a tratar el producto audiovisual que se desea realizar. Existen diversas temáticas que pueden funcionar bien en caso de usar TikTok, que está más ligado a un público objetivo joven. Se debe tener en cuenta el contexto de un lugar determinado, el tiempo, las costumbres, etc. Sin embargo, para que un video sea exitoso, no solo se debe tener en cuenta la

temática, sino también la calidad del video y que este tenga conexión con la audiencia.

Considerando la categoría, es prudente definir las siguientes subcategorías: Contexto y lugar.

En base a la subcategoría “contexto”, Noriega et al. (2021), afirmó que el contexto son las circunstancias en las que sucede un hecho que puede afectar a una persona o un grupo de personas. Tener claro el contexto ayuda a conocer la realidad en el tiempo determinado en el que se da el accionar.

En base a la subcategoría “lugar”, Hernández (2016), manifestó que el lugar es la porción del territorio en el cual se desarrolla un hecho. Esto puede ser clave para entender una situación, ya que involucra características demográficas y sociales del lugar.

En el caso de la categoría “edición”, de acuerdo a Vivares (2016), planteó que la edición de contenido es un procedimiento en el cual un editor ubica fragmentos de videos, gráficos de textos, efectos visuales y cualquier otro material que ayude en su producción. En consecuencia, la edición de contenido es el proceso de manipular y reorganizar secuencias de video grabadas para crear un producto final.

Luego, de lo mencionado en el párrafo anterior, se puede observar a la categoría tomando en consideración las siguientes subcategorías: Texto y efectos visuales.

En base a la subcategoría “texto”, Ordoñez (2022), manifestó que es un conjunto de palabras y signos que forman un enunciado. Actualmente, los textos son usados como elementos para crear videos, a través de títulos o subtítulos. Un título creativo ayuda a generar mayor interés en los usuarios.

En base a la subcategoría “efectos visuales”, la Universidad Europea (2023), la define como animaciones que se llevan a cabo a través de un software, considerando la teoría de color, el diseño visual, etc. Los efectos visuales son parte de la postproducción de un producto audiovisual.

En el caso de la categoría “Lenguaje audiovisual”, de acuerdo a Marqués (2000), el lenguaje audiovisual es un sistema de comunicación multisensorial que está compuesta por la imagen y el sonido, lo cual da como resultado una pieza audiovisual. Asimismo, según León (2021), afirmó que, el lenguaje audiovisual es una forma de expresión que, implica el concepto de encuentro entre los sentidos, involucrando la audición (sonido) y la visión (imagen), las cuales son consideradas capacidades básicas para el aprendizaje y la comunicación y; se relacionan íntimamente con los modos de aprendizaje. En consecuencia, el lenguaje audiovisual se puede afirmar que es la combinación de elementos visuales y auditivos para transmitir información y evocar emociones.

Con respecto a la categoría, es prudente definir las siguientes subcategorías: Imagen y sonido.

En base a la subcategoría “imagen”, explica Barroso (2008), que es representación precisa de objetos o sujetos de la realidad, así como su disposición secuencial, se logra mediante una serie de instantáneas sucesivas que capturan la evolución de los elementos.

En base a la subcategoría “sonido”, Fernández y Martínez (1999), sostienen que el sonido es la sensación que se produce en el oído, producto de las variaciones de presión dadas por un movimiento transmitido por diferentes medios. Estos medios pueden ser digitales, tales como los videos que emiten un sonido que puede ser una voz o música que hacen más atractivo el contenido.

Según Espinoza (2021), la categoría “mensaje” es un elemento de la comunicación, en la cual se traslada una idea, pensamiento o cualquier tipo de información. Esta puede darse de forma verbal a través de las palabras, de forma no verbal a través de los signos o expresiones, también puede darse de forma visual a través de imágenes, fotografías y videos o de forma escrita a través de poemas, libros, etc. Es importante tener en cuenta que, para que un mensaje sea comprendido, se deben de tener en consideración la estructura gramatical y la intención del mensaje.

En cuanto a la categoría, es prudente definir las siguientes subcategorías: Intención comunicativa y gramática.

En base a la subcategoría “intención comunicativa”, la Universidad Internacional de La Rioja (2023), explicó que la intención comunicativa alude a la intención que tiene el emisor al transmitir una información y se relaciona con la reacción que ocasiona en el receptor del mensaje. En el ámbito del periodismo, la intención de comunicar un hecho debe de ser hecha con responsabilidad.

En base a la subcategoría “gramática”, Searle (2018), indicó que la gramática es un conjunto de reglas y estructuras para poder lograr un entendimiento en la comunicación. Esta se basa en el orden de las palabras, la concordancia, los tiempos verbales, la función de las palabras, claridad y precisión.

Respecto a la categoría “interacción”, López y Sánchez (2019), afirmaron que la interacción es la forma de relacionarse a través de un medio digital. Esta puede expresarse a través de comentarios, reacciones, etc. La interacción se refleja cuando los usuarios reaccionan a distintos posts de una empresa. Además, para establecer lazos en las redes sociales, es fundamental que ambas partes generen una interactividad constante. A su vez, Puertas y Carpio (2017), manifestaron que la existencia de interactividad favorece la generación de compromiso y lealtad. Este compromiso resulta fundamental para construir una presencia en línea efectiva y puede dar lugar a niveles superiores de satisfacción. La interactividad ha cobrado relevancia en el crecimiento de las redes sociales para poder posicionar a las empresas.

En lo que concierne a la categoría, es prudente definir las siguientes subcategorías: Comentarios y reacciones.

En base a la subcategoría “comentarios”, Gurevich (2016), explicó que los comentarios hacen referencia al hecho de que comentar en una publicación forma parte de una dinámica de interacción en la cual el usuario expresa su opinión y genera un diálogo escrito.

En base a la subcategoría “reacciones”, Mejía (2015), sostuvo que las reacciones nos permiten expresar cómo nos hace sentir una publicación. Esta se refleja a través de un “me gusta”, “me enoja”, “me encanta”, “me entristece”, dependiendo de la red social.

El enfoque que se adecua al tema de investigación es el de la Teoría de los efectos limitados que presenta un enfoque social. De acuerdo a Dennis McQuail

(2000), distinguido teórico de la comunicación, indicó que, la teoría de los efectos limitados, se justifica en que los medios de comunicación no pueden someter a la sociedad debido a que los individuos reciben la información de forma diferente, considerando su entorno social, cultural, tradiciones, etc. Por lo que los sujetos ya no se consideran como componentes alejados de la masa; y se les identifica como sujetos que tienen sus opiniones y percepciones propias. A su vez, Klapper (1960), investigador de los efectos sociales, manifestó que las características fundamentales de esta teoría señalan que las comunicaciones de masas no explican de manera indispensable los efectos que provocan en las audiencias, sino que operan mediante una combinación de elementos. Los medios de comunicación tienden a consolidar las opiniones existentes en lugar de modificarlas, y la influencia de las comunicaciones está condicionada por diversos factores vinculados al contexto en el que se desarrolla el proceso comunicativo.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo básico, puesto que su propósito es comprender los conceptos que rodean a una determinada realidad. Como afirman Cortés et al. (2018), pretenden crear nuevas aportaciones a la investigación y ahondar en los principios teóricos, utilizándolos como base previa para el estudio de los hechos.

El enfoque de esta investigación es cualitativo. Según lo señalado por Hernández et al. (2006), el enfoque involucra la recolección de información sin utilizar datos numéricos con la finalidad de reconocer las cuestiones de investigación durante el proceso de interpretación. Esta perspectiva cualitativa se apoya en el análisis no estadístico para llevar a cabo las explicaciones subjetivas de acuerdo a la información obtenida.

3.1.2 Diseño de investigación

La investigación plantea desarrollar un diseño de análisis de contenido. Piñuel (2002), indicó que se refiere a la recopilación de procedimientos interpretativos de productos comunicativos, tales como mensajes, discursos o textos que resultan de procesos comunicativos previamente registrados.

3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización

Para Romero (2005), la categoría es la forma de clasificar una unidad temática, a través de ella se logra el análisis e interpretación de los resultados. Esta investigación plantea como ámbito temático analizar el contenido del reel de TikTok, para lo cual se tiene las siguientes categorías: Temática, el cual tiene como subcategorías: contexto y lugar. Lenguaje audiovisual, el cual tiene como subcategorías: imagen y sonido. Edición, el cual tiene como subcategorías: Texto y efectos digitales. Mensaje, el cual tiene como subcategorías: intención comunicativa y gramática. Interacción, el cual tiene como subcategorías:

comentarios y reacciones. Estas categorías y subcategorías son respaldadas por la matriz de categorización de este estudio. (Ver anexo 1)

3.3 Escenario de estudio

Como escenario de estudio se tuvo a la red social TikTok, en el cual fue publicado el reel “Momentos virales del ciclón Yaku– Parte 2”, el 17 de marzo del año 2023, en medio de un fenómeno que azotó varias regiones del Perú. El ciclón Yaku trajo consigo fuertes lluvias y huaicos, dejando muchos damnificados. Por ello, la viralidad de muchos videos alusivos al ciclón.

El reel en mención dura 40 segundos. Teniendo un total de 6 clips, de los cuales se analizarán todos.

3.4 Participantes

En la investigación, se seleccionan los participantes por medio de un muestreo no probabilístico por conveniencia, el cual facilita la selección de aquellos casos accesibles que aceptan ser incluidos debido a su comodidad, accesibilidad y proximidad a los sujetos para el investigador. Es por ello que Hernández (2020), sostuvo que, en este tipo de muestra, el investigador elige la muestra según su conveniencia, lo que le permite elegir arbitrariamente cuántos participantes pueden estar en el estudio. Esto da al investigador flexibilidad y control sobre la cantidad de participantes seleccionados para el estudio.

Se requiere analizar la narrativa audiovisual del reel: “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2”. Por lo tanto, los participantes son los 6 clips que conforman el video en mención.

Tabla 1

Cuadro de participantes

Participante	Descripción
Clip 1	El señor terranator
Clip 2	Perritos se pelean en medio del huaico
Clip 3	El chico que pidió donaciones de bloqueadores
Clip 4	El mototaxi que hace carreras para cruzar la pista
Clip 5	El huaico que estacionó la camioneta
Clip 6	El rescate de dos perritos en el río

Elaboración propia

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para esta investigación, se utilizó la técnica de la observación cualitativa. Adler y Adler (1998), señalaron que la observación debe de emplearse sistemáticamente con el diseño de investigación elegido teniendo en cuenta el propósito y los criterios del análisis. Así mismo, Hernández y Baptista (2014), indicaron que la presente técnica acapara todos los sentidos, no solo el visual.

Según la metodología, se utilizó la guía de observación cualitativa como instrumento de medición, teniendo en cuenta las categorías e ítems, es decir, todos los componentes que forman parte del objeto de estudio, con la finalidad de obtener datos concretos que faciliten y ayuden a un análisis profundo.

3.2 Procedimiento

Esta investigación recolectó los datos a través de una ficha de observación en la que se utilizaron las categorías y subcategorías, mencionadas en la descripción del instrumento. Además, el análisis de contenido fue realizado por cada clip del reel en estudio mediante una ficha de observación para lo

que contribuyó para la recolección de datos que analizamos y obtuvimos.

Después de la observación, se procedió a relacionar y analizar el reel con las categorías y subcategorías elegidas para la investigación. En lo que respecta al proceso de triangulación, se compararon los resultados de cada categoría con los conceptos teóricos para deducir similitudes, diferencias y elementos comunes, con el fin de lograr una interpretación exhaustiva de los resultados.

3.3 Rigor Científico

Se buscó la aprobación de tres expertos para la confiabilidad del instrumento de investigación, en este caso la ficha de observación será presentada a profesionales del área de comunicación.

Tabla 2

Juicio de expertos

Nombre del experto	Especialidad	Institución
Warren Morote Pedroza	Ciencias de la Comunicación	Universidad César Vallejo
Anthony Johnson Javier Napa	Ciencias de la Comunicación	Universidad César Vallejo
Percy Salinas Tumbaco	Ciencias de la Comunicación	Universidad César Vallejo

Elaboración propia

3.4 Método de Análisis

Este procedimiento fue realizado de manera continua, y la recopilación de datos se realizó tras analizar el reel, siguiendo los criterios indicados en la guía de observación. Los criterios abarcan aspectos perceptibles e imperceptibles, así como la descripción e interpretación de la información.

Se tuvo en cuenta los resultados que apoyan el estudio, considerando los objetivos establecidos para llegar a una conclusión.

Asimismo, se aplicó el método de triangulación para comparar los resultados o perspectivas en relación a los datos recopilados. Es decir, se busca la relación entre los resultados que se obtengan, los antecedentes y las teorías que sustentan la investigación.

3.5 Aspectos Éticos

Para elaborar el marco teórico de este estudio, se realizó una exhaustiva revisión y recopilación de información de múltiples autores, asegurándose de cumplir con todas las normativas y requisitos establecidos. En el desarrollo de la investigación, se incorporaron citas adecuadas sin reproducción textual, atribuyendo la autoría a sus respectivos autores para prevenir cualquier problema futuro. Asimismo, se siguieron las pautas de estilo APA para facilitar el acceso a la información en la era digital, y para aumentar la legitimidad y eficacia, como lo mencionado por Gonzáles (2002).

En el transcurso de la investigación, se consideraron valores fundamentales, como el decoro hacia los miembros, la obtención de consentimiento informado, la objetividad con respecto a los individuos y la garantía de validez científica.

La presente investigación científica está regida por el Código de Ética de la Universidad César Vallejo, se ha llevado a cabo con gran responsabilidad, tomando en cuenta los estándares educativos de dicha universidad. Además, se ha realizado el estudio considerando los aspectos éticos con responsabilidad y deber, tomando en consideración la transparencia de los resultados obtenidos y respetando también los derechos del autor. Cabe mencionar que se ha mantenido claridad y sinceridad en la información presentada en los resultados, de acuerdo a los valores de honestidad, transparencia y responsabilidad.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La presente investigación planteó como problema general la siguiente pregunta: ¿De qué manera se presenta el contenido del reel: “Momentos virales del ciclón Yaku –Parte 2”, en la red social TikTok del Trome, marzo del 2023? Para ello, se realizó el análisis del contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku –Parte 2”, aplicando fichas de observación validadas por 3 expertos en la rama de audiovisuales o del área del conocimiento pertinente de la carrera de Ciencias de la Comunicación.

Respecto a la unidad temática “contenido del reel de TikTok”,

Se determinó en los resultados que la categoría (1) “temática” es fundamental para el usuario porque se muestra el contexto de lo que acontece en las diversas situaciones, adicional a ello, el lugar es necesario para saber el entorno en el que sucede cada hecho, de esta forma se sabrá los componentes necesarios para abordar la temática de cada clip. Además, se comprobó que realizar una publicación de un tema del momento, ayuda a generar más vistas por el interés de los usuarios.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Cervi et al. (2022), indicaron que existe compromiso por crear contenido de calidad y que se destaca por la capacidad de comprensión y el análisis de la temática por parte del usuario, en contraste con lo señalado por Suarez y García (2021), que, como conclusión de su investigación, manifestaron que existe una carencia de diversidad en la temática de contenido que publican los adolescentes españoles y británicos en sus cuentas de TikTok, sus contenidos son similares y optan por realizar trends virales. En ambos estudios, las conclusiones se complementan señalando la importancia que tiene la temática en la producción de un reel para una red social, sin dejar de lado el público al que va dirigido porque de esto va a depender que tan interesante puede ser el contenido que se comparte. Asimismo, esta investigación coincide con los resultados de la presente investigación, en consecuencia, se puede afirmar que elegir la temática enfocada en el público objetivo ayuda a generar más interacción

en las redes sociales, además, permite que el usuario identifique el contexto en el que suceden las acciones.

En base a la “Teoría de los Efectos Limitados” planteada por McQuail (2000), manifestó que los individuos tienen la capacidad de decisión y que esta va a depender, muchas veces de su entorno social, cultural, tradiciones, etc, lo cual coincide con la presente investigación, en referencia a la categoría (1) “temática” ya que esto se debe a que, la influencia del consumismo por ciertos videos publicados en redes sociales se deriva, más que en el contenido, en las características del entorno social del sujeto, que es quien toma la decisión de qué temática le parece más interesante observar. Como en el caso del Trome en su cuenta de TikTok, que utilizó un tema de interés social para publicar un video que tiene los elementos necesarios (efecto de voz, lenguaje sencillo, imágenes virales) para llamar la atención de su público objetivo en TikTok: los jóvenes.

En lo que respecta a la categoría (2) “edición”, se determinó en los resultados que la edición es relevante como parte de la postproducción de un video, ya que, la decisión de elegir el tipo de letra, la ubicación, el tamaño, etc, juega un rol importante para captar la atención del usuario y facilitar la comprensión del clip. Por otro lado, no se encontró evidencia de uso de efectos especiales para la producción de cada publicación.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Peralta (2020), indicó que la edición de video tiene gran importancia en la elaboración del contenido y, por lo tanto, se debe de estar al tanto de los avances tecnológicos para poder aplicarlos en la etapa de edición, por lo que, coincide con los resultados de la investigación, en consecuencia, se puede afirmar que la edición es un proceso que se lleva a cabo con minuciosidad, tomando en cuenta todo los elementos que ayuden al video a ser más atractivo. Estos elementos pueden ser los textos, las transiciones, efectos especiales entre otros más. Además, es necesario tener en cuenta que el uso de títulos o subtítulos en los clips han sido herramientas atractivas para los usuarios.

En torno a la categoría (2) "edición", Vivares (2016) coincide con la investigación, indicó que la edición de contenido es un procedimiento en el cual un editor ubica fragmentos de videos, gráficos de textos, efectos visuales y cualquier otro material que ayude en su producción. El medio de comunicación planifica la producción de un video teniendo en cuenta lo que quiere lograr, la aceptación del reel va a depender del resultado final en la post-producción.

En lo que respecta a la categoría (3) "lenguaje audiovisual", se determinó en los resultados que es fundamental porque a través de las imágenes y los sonidos que se utilizan, se forma el mensaje que se desea transmitir permitiendo una reflexión sobre la realidad. La imagen producida en cada clip se muestra más interesante para el usuario si es un hecho real sin haber sido alterado. Además, el sonido es un elemento importante que puede ser editado usando efectos digitales que lo hacen más atractivo.

En cuanto a los resultados obtenidos por Apolinario (2022) indicó que, los elementos audiovisuales ayudan a la segmentación del público objetivo, debido a que se usan para hacer más interesante el video y sumar seguidores en la red social. Esto coincide con Bernal (2021), quien menciona que el uso de elementos audiovisuales de TikTok, hace más llamativo las publicaciones, porque a través del lenguaje audiovisual se puede transmitir emociones, mensajes y hacer una reflexión sobre los hechos. La forma de presentar las imágenes y los sonidos va a depender del público al cual va dirigido. En contraste, ambos autores, reafirman la relevancia que tiene el lenguaje audiovisual en la construcción de un video, puesto que las imágenes y sonidos son elementos atractivos y que captan el interés de los usuarios en las redes sociales.

Por otro lado, León (2021), indicó que el lenguaje audiovisual es una forma de expresión que implica el encuentro entre los sentidos, a través del sonido y de la imagen, por lo que se afirma que el autor coincide con la investigación ya que debe de existir coherencia entre lo que se escucha y lo que se ve. Esto para generar un mayor entendimiento para el usuario y obtener resultados satisfactorios para el medio que publica el contenido.

En lo que se refiere a la categoría (4) “mensaje”, se determinó en los resultados que, en los clips analizados, esta se muestra clara y fácil de comprender porque se plasma la intención comunicativa que desea transmitir el medio de comunicación. Asimismo, se observó que la intención comunicativa en los clips analizados era generar más vistas al compartir videos virales y que, en los clips, se refleja una óptima gramática mediante la claridad y coherencia de los textos.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes Vegas (2022) indicó que, las publicaciones referentes a la Universidad de Piura hechas por usuarios tenían mayor interacción que los posts publicados por la misma universidad. Porque las publicaciones realizadas por usuarios utilizan un lenguaje más coloquial y es más fácil de entender el mensaje que se desea transmitir, por lo que, se coincide con los resultados de esta investigación, puesto que, es importante que se entienda el mensaje, considerando el público al cual va dirigido. Trome, utilizó un lenguaje coloquial en TikTok teniendo en cuenta que es una red social en donde sus principales usuarios son adolescentes y jóvenes.

En cuanto a lo manifestado por Espinoza (2021), indicó que la categoría (4) “mensaje” es un elemento de la comunicación, en la cual se traslada una idea, pensamiento o cualquier tipo de información. Esta puede darse de forma verbal a través de las palabras, de forma no verbal a través de los signos o expresiones, también puede darse de forma visual a través de imágenes, fotografías y videos o de forma escrita a través de poemas, libros, etc, lo cual coincide con la investigación ya que, a través de las redes sociales, los medios de comunicación como el Trome, publican contenidos que transmite mensajes, estos mensajes pueden fortalecer alguna opinión que se tiene sobre algo, pero no tienen el poder de cambiarla.

Con respecto a la categoría (5) “interacción”, se determinó en los resultados que la interacción muestra la aceptación del reel por parte de los usuarios porque proporciona información valiosa sobre qué contenido repercute mejor con la audiencia. Esto se comprueba a través de la cantidad de comentarios que promueven la participación activa en la comunidad de Tik Tok, en donde las personas expresan sus pensamientos y opiniones. Además, el reel muestra un alto

registro de reacciones por parte de los distintos usuarios, siendo uno de los videos con mayor visualización en la cuenta de TikTok del Trome.

En cuanto a los resultados obtenidos en los antecedentes, Vilches (2022), indicó que, el contenido relacionado a política en la red social de TikTok de La República, tiene mayor interactividad que otros videos. Sin embargo, la temática de entretenimiento en La República, tuvo gran acogida por los usuarios, lo cual coincide con los resultados de la investigación puesto que a través de las interacciones se puede ver la aceptación del público referente a algún tema en específico. Además, en los dos casos, se utilizó la red social TikTok para publicar el contenido que está dirigido a un público joven, en el cual los videos de entretenimiento son los que tienen mayor acogida, como es el caso del reel “Momentos virales del ciclón Yaku - parte 2” del Trome.

Con respecto a la categoría (5) “interacción”, Puertas y Carpio (2017), afirmaron que la presencia de interactividad predispone de un compromiso y fidelidad entre el usuario y el canal que publica el contenido, el cual es importante para formar una presencia virtual exitosa. Ante ello, se discrepa con el autor, porque se ha podido observar que, en relación a la cuenta del Trome en TikTok, el reel “Momentos virales del ciclón Yaku- Parte 2” cuenta con un número mayor de visualizaciones que otros videos compartidos en la red social.

Ver anexo 2

V. CONCLUSIONES

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

1. En relación al objetivo general, analizar el contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku– Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023, el cual tiene como categorías la temática, la edición, el lenguaje audiovisual, el mensaje y la interacción, se ha podido demostrar que, el Trome ha presentado el reel ya mencionado utilizando estos elementos a su favor para generar el interés de su público en TikTok. Asimismo, la unión e integración de cada componente en los videos de TikTok de la cuenta del Trome ayudó a atraer una mayor cantidad de seguidores.

De este modo, se confirmó la teoría sobre “Efectos limitados” por McQuail, él cual sostuvo que los medios de comunicación no tienen la capacidad de regular la respuesta de la audiencia, ya que cada persona interpreta el mensaje de manera única, influenciada por su contexto social, prejuicios, y creencias, entre otros factores, por lo que se concluye que el análisis de contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku– Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023, permitió identificar cómo los usuarios asumen los contenidos vertidos en la red social TikTok del Trome.

2. En cuanto al primer objetivo específico, analizar la temática del contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023, se ha podido demostrar que, se detectó que este elemento permitió identificar las circunstancias en las cuales ocurren las diferentes situaciones. Por otro lado, el lugar ayudó a conocer el entorno donde transcurría cada hecho y esto generó que el usuario se sienta involucrado con la publicación.

3. Respecto al segundo objetivo específico, analizar la edición del contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023, se ha podido corroborar que, en los clips mayormente se presentó textos llamativos y creativos para captar

la atención del usuario y facilitar la comprensión de cada hecho. Con respecto a los efectos visuales, no se presentó en ninguna parte de la publicación.

4. De acuerdo al tercer objetivo específico, analizar el lenguaje audiovisual del contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023, se ha podido demostrar que, en gran alcance de todos los clips se tiene a las imágenes, en este caso sobre el ciclón Yaku, transmitiendo diferentes emociones y manteniendo la atención de los cibernautas. Por otro parte, el sonido tuvo un papel esencial logrando resaltar momentos claves y manteniendo a la audiencia interesada en la publicación.

5. En relación al cuarto objetivo específico, analizar el mensaje del contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023, se ha podido corroborar que, la intención comunicativa en los clips tuvo como fin generar más vistas. En cuanto a, el buen uso de la gramática fue esencial para contribuir a una comprensión y comunicación efectiva.

6. Finalmente, en cuanto al último objetivo específico, analizar el nivel de interacción respecto al contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023, se ha podido confirmar que, la interacción estuvo presente mediante la gran cantidad de diversos comentarios y reacciones por parte de los usuarios hacia los clips manifestando sus distintas opiniones y pensamientos.

VI. RECOMENDACIONES

A continuación, se redactan recomendaciones de esta investigación:

En referencia al objetivo general, la recomendación es que el Trome continúe utilizando elementos como la temática, la edición, el lenguaje audiovisual y el mensaje de manera efectiva en sus futuros contenidos en TikTok, estos elementos han demostrado ser exitosos para generar interés entre su audiencia.

En relación al primer objetivo específico, se recomienda que el Trome siga prestando atención a la temática de sus contenidos, ya que esta ha demostrado ser efectiva para involucrar a la audiencia. Además, es necesario seguir identificando, destacando circunstancias y entornos relevantes en sus publicaciones.

Con respecto al segundo objetivo específico, se recomienda que, para mejorar la edición, el Trome podría considerar la incorporación de efectos visuales creativos en sus videos de TikTok. Estos efectos visuales pueden hacer que los clips sean aún más atractivos y emocionantes para la audiencia.

En cuanto al tercer objetivo específico, la recomendación es que el Trome debería seguir enfocándose en el uso efectivo de imágenes y sonidos para transmitir emociones y mantener la atención del público. También, podrían explorar opciones para diversificar las emociones y experiencias que transmiten a través de la combinación de imágenes y sonido.

En relación al cuarto objetivo específico, se recomienda que es importante que el Trome continúe utilizando la gramática de manera efectiva en sus mensajes para garantizar una comunicación clara y comprensible, esto contribuirá a una mejor interacción con la audiencia.

Finalmente, en cuanto al último objetivo específico, la recomendación es que el Trome pueda fomentar aún más la interacción con la audiencia al responder los comentarios y reacciones de los usuarios en sus videos de TikTok, de este modo, esta interacción puede fortalecer la relación con la audiencia y generar un mayor compromiso.

REFERENCIAS

- Adler, P. y Adler, P. (1998). La observación en la investigación cualitativa. <https://investigaliacr.com/investigacion/la-observacion-en-la-investigacion-cualitativa/>
- Akram, W. y Kumar, R. (2017). A Study on Positive and Negative Effects of Social Media on Society. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*.5(10).
https://www.ijcseonline.org/pdf_paper_view.php?paper_id=1527&57-IJCSE-02480.pdf
- Apolinario, I. (2022). Análisis de características del contenido en las publicaciones en TikTok de LOSSIBLING entre los meses de junio y julio 2022. Universidad César Vallejo.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/118741/Apolinario_HIV-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Áviles, k. Y Peralta, E. (2020). Análisis comunicacional de la red social “TIK TOK” y su influencia en la construcción de identidad cultural en adolescentes de 13 a 17 años en el Cantón Daule, Ciudadela “La Joya” Etapa Turquesa, 2020. [Tesis de Licenciatura, Universidad de Guayaquil].
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/52955>
- Carbajal, V. (2022). Cobertura de los medios de comunicación digitales a través de las redes sociales en el contexto de la Pandemia de COVID19: Análisis de los casos El Comercio, Latina y RPP Noticias [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas].
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/667292/Carbajal_FV.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Celaya, J. (2011) La empresa en la web 2.0. Editorial Newcomlab, S.L.L.
- Escudero, C. y Cortez, L. (2018). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica*. UTMACH.
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14209/1/Cap.3-Dise%C3%B1o%20de%20investigaci%C3%B3n%20cualitativa.pdf>

- Cervi, L., Tejedor, S. y Robledo, K. (2022). Desafíos del uso de TikTok como plataforma educativa: Una red multitemática donde el humor supera al debate. Universidad de Oviedo. <https://reunido.uniovi.es/index.php/AA/article/view/17689/15238>
- Frías, R. (2019). Contenidos de la red social Facebook analizados por los jóvenes del distrito del Callao [Tesis de Bachiller, Universidad de San Martín de Porres]. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5282/FRIAS_RR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- García, S. (2021). TikTok: un nuevo entorno para el ciberactivismo y la construcción de sujetos políticos. Universidad de Antioquia. https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/19504/1/GarciaSharon_2020_CiberactivismoenTikTok.pdf
- Garrote, R. (2021). Redes sociales y posicionamiento de marca en los padres de familia de la I.E.P. Bautista de la Pascaña en Comas, 2021 [Tesis de Licenciatura, Universidad Tecnológica del Perú]. https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/5519/R.Garrote_Tesis_Titulo_Profesional_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gestión (2022). Desinformación en TikTok preocupa a investigadores. <https://gestion.pe/tecnologia/desinformacion-en-tiktok-preocupa-a-investigadores-noticia/>
- Gurevich, A., (2016). EL TIEMPO TODO EN FACEBOOK. Aposta. Revista de Ciencias Sociales, (69), 217-238. <https://www.redalyc.org/pdf/4959/495952431008.pdf>
- Guzmán, A. (2021). Impacto de la red social TikTok como una estrategia de marketing digital en la época de pandemia. Caso: María Pía Copello [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/29778/Guzman%20Merino%20Abraham%20Daniel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández, O. (2020). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. *Revista Cubana de Medicina General Integral*. 37(3), 1-2. <http://scielo.sld.cu/pdf/mgi/v37n3/1561-3038-mgi-37-03-e1442.pdf>

- Hernández, R., Fernández C. y Baptista, L. (2006). Metodología de la investigación. McGraw-Hill.
<http://187.191.86.244/rceis/registro/Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20SAMPLIERI.pdf>
http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/53686/Documento_completo____.-%20Cortazzo%20CATEDRA%20.pdf-PDFA.pdf?sequence=1
- Instituto de Ciencias Humanas (2000). La teoría de los efectos limitados.
<http://institutocienciashumanas.com/wp-content/uploads/2020/03/La-teor%C3%ADa-de-los-efectos-limitados.pdf>
- JG MAGAZINE (2022). Tik Tok se consolida como la tercera red social más usada.
<https://jcmagazine.com/tik-tok-se-consolida-como-la-tercera-red-social-mas-usada/>
- Joven baila al ritmo de “TQG” bajo la lluvia y usuarios quedan en shock: “Aprovecha el huaico”. (20 de marzo del 2023). Trome. <https://trome.com/viral/tiktok/tiktok-viral-joven-baila-al-ritmo-de-tqg-bajo-la-lluvia-y-usuarios-quedan-en-shock-huaicos-shakira-karol-g-redes-sociales-noticia/>
- López, L. (2022). La industria de la moda en TikTok: análisis del contenido publicado por las marcas versus contenido generado por usuarios. El caso de Zara. Universidad Da Coruña.
https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/32128/LopezPrado_Leire_TFG_2022.pdf?sequence=2
- Mejía, J. (2015). Estrategias de marketing político en Facebook utilizados por el equipo de campaña de no a la revocatoria de la alcaldesa de Lima, Susana Villarán. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Archivo digital.
https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/4514/Mej%C3%ADa_pj.pdf?sequence=1
- Muñiz, M. (2010). Estudios de caso en la investigación cualitativa. División de estudios de posgrado Universidad autónoma de Nuevo León. Facultad de psicología. México, 1-8.
- Narváez, C. y Sánchez, L. (2022). Ciberperiodismo en la Red Social: TikTok como herramienta de información periodística. Universidad César Vallejo.

- https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/103043/Narv%C3%A1ez_CCF-S%C3%A1nchez_VLE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Peralta, G. (2020). PLATAFORMAS DIGITALES Y SU IMPORTANCIA DE LA EDICIÓN DE VIDEO PARA SUS CONTENIDOS. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO. <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/8857/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000349.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Piñuel, J. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística*. 3(1), 1-3. https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29-Pinuel_Raigada_AnalisisContenido_2002_EstudiosSociolingüísticaUVigo.pdf
- Rojas, G. (2022). Uso de la red social TikTok y habilidades sociales en jóvenes de 13 a 24 años del distrito Callao – Cercado, 2020. [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/65819>
- Schettini, P. y Cortazzo, I. (2016). Técnicas y estrategias en la investigación cualitativa.
- Suarez, R. y García, A. (2021). Centennials en TikTok: tipología de vídeos. Análisis y comparativa España-Gran Bretaña por género, edad y nacionalidad. *Revista Latina de Comunicación Social*. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2021-1503>
- Terreros, S. (2019). Análisis del Impacto de la Red Social Instagram como un Modelo a Seguir en la Construcción de una Estética Femenina para las Jóvenes de 14 a 17 años del Colegio la Inmaculada [Tesis de Licenciatura, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil]. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/3026/1/T-ULVR-2678.pdf>
- Torres, M., Salazar, F. G., & Paz, K. (2019). Métodos de recolección de datos para una investigación.
- Tualombo, C. (2020). Análisis comunicacional de la red social “TikTok” y su influencia en la construcción de identidad cultural en adolescentes de 13 a 16 años en Quito, Barrio “Santiago Alto”, en el año 2020. [Tesis de

Licenciatura, Universidad Central de Ecuador].
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/28251/1/UCE-FACSO-CCS-TUALOMBO%20LEIVIS.pdf>

Tucker, E. (19 de septiembre del 2022). El motor de búsqueda de TikTok ofrece repetidamente información errónea a su base de usuarios mayoritariamente jóvenes, según un informe. <https://cnnespanol.cnn.com/2022/09/19/tiktok-desinformacion-informe-trax/>

Vázquez, M. (2021). Factores protectores y de riesgo en el uso de redes sociales en adolescentes.

Vidal, H. (2021). Difusión periodística y aceptación del espectador en la plataforma Facebook sobre la copa Perú, 2021 [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. <https://hdl.handle.net/11537/30138>

Vílchez, E. (2023). Análisis del comportamiento e interacción de los usuarios del diario La República en TikTok durante el mes de junio de 2022. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/667928/Vilches_ME.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Viñuela, E. (2015). La música como elemento satírico en la edición de vídeos de contenido político en Youtube: el uso del Autotune. Universidad de Oviedo. España. <https://www.redalyc.org/pdf/5235/523552856008>.

ANEXOS

Anexo 1:

Tabla N°3

Matriz de categorización

PROBLEMAS	OBJETIVOS	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CÓDIGOS
<p>¿De qué manera se presenta el contenido del reel: “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2”, en la red social TikTok del Trome, marzo del 2023?</p> <p>¿De qué manera se presenta la temática del contenido del reel: “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2”, en la red social TikTok del Trome, marzo del 2023?</p> <p>¿De qué manera se presenta la edición del contenido del reel: “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2”, en la red social TikTok del Trome, marzo del 2023?</p> <p>¿De qué manera se presenta el lenguaje audiovisual del contenido del reel: “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2”, en la red social TikTok del</p>	<p>General: Analizar el contenido del reel “momentos virales del ciclón Yaku– Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.</p> <p>Específico:</p> <p>Analizar la temática del contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.</p> <p>Analizar la edición del contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.</p> <p>Analizar el lenguaje audiovisual del contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.</p>	<p>Temática</p> <p>Edición</p> <p>Mensaje</p>	<p>Contexto</p> <p>Lugar</p> <p>Texto</p> <p>Efectos visuales</p> <p>Intención comunicativa</p> <p>Gramática</p>	<p>En el clip analizado se identifica el contexto en el que sucede las acciones.</p> <p>En el clip analizado se identifica el lugar de la situación.</p> <p>En el clip analizado, el formato del texto (títulos y subtítulos) facilita la comprensión del video.</p> <p>En el clip analizado, se utiliza efectos visuales como transiciones que hacen atractivo el video.</p> <p>En el clip analizado, se identifica la intención de comunicar un hecho con responsabilidad.</p> <p>En el clip analizado, la gramática no presenta deficiencias tales como faltas ortográficas.</p>

<p>Trome, marzo del 2023?</p> <p>¿De qué manera se presenta el mensaje del contenido del reel: “Momentos virales del ciclón Yaku –Parte 2”, en la red social TikTok del Trome, marzo del 2023?</p> <p>¿De qué manera se presenta el nivel de interacción respecto al contenido del reel: “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2”, en la red social TikTok del Trome, marzo del 2023?</p>	<p>Analizar el mensaje del contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.</p> <p>Analizar el nivel de interacción respecto al contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.</p>	<p>Lenguaje audiovisual</p> <p>Interacción</p>	<p>Imagen</p> <p>Sonido</p> <p>Comentarios</p> <p>Reacciones</p>	<p>En el clip analizado, las imágenes representan los hechos.</p> <p>En el clip analizado, el sonido (voz y música) es adecuado con las imágenes presentadas.</p> <p>En el clip analizado, se identifica mayor porcentaje de comentarios referidos al clip en comparación de los otros.</p> <p>En el clip analizado, se identifica un alto porcentaje de reacciones.</p>
---	--	--	--	--

Elaboración propia

Anexo 2: Instrumento de recolección de datos

Tabla N°4

Ficha de observación 1

Unidad de análisis	Reel: Momentos virales del ciclón Yaku– Parte 2			
Tiempo	0” a 08”			
Ámbito temático	Categorías	Indicadores	Ítems	Análisis
	Temática	Contexto	En el clip analizado se identifican las circunstancias en las que sucede un acontecimiento.	En el clip analizado se observa un hombre mayor de edad en una silla de ruedas eléctrica cruzando la pista inundada por las consecuencias del ciclón Yaku.
		Lugar	En el clip analizado se identifica el lugar de la situación.	En el clip analizado se visualiza un espacio público donde transitan distintos vehículos en medio de una pista inundada por agua.
	Edición	Texto	En el clip analizado, el formato del texto (títulos y subtítulos) facilita la comprensión del video.	En el clip analizado se observa que se usa el enunciado Señor Terranator para llamar la atención de los usuarios y facilitar la comprensión del clip.
		Efectos visuales	En el clip analizado, se utiliza efectos visuales	En el clip analizado no se observa el uso de transiciones.

			como transiciones que hacen atractivo el video.	
Lenguaje audiovisual	Imagen	En el clip analizado, las imágenes representan los hechos.	En el clip analizado se visualizan diferentes imágenes secuenciales que muestran la acción que está pasando en un tiempo real.	
	Sonido	En el clip analizado, el sonido (voz y música) es adecuado con las imágenes presentadas.	En el clip analizado se observa que la voz y el sonido han sido usados del spot del carro control remoto Terranator para mostrar la relación con las imágenes presentadas.	
Mensaje	Intención comunicativa	En el clip analizado, se identifica la intención de comunicar un hecho con responsabilidad.	En el clip analizado se visualiza que la intención del emisor es mostrar de una forma divertida como un adulto mayor pasa por una vía inundada por agua.	
	Gramática	En el clip analizado, la gramática no presenta deficiencias tales como faltas ortográficas.	En el clip analizado no se observa ningún tipo de falla ortográfica en los enunciados. Por otro lado, algunas palabras no tienen claridad para ser entendidas por todo el público.	
Interacción	Comentarios	En el clip analizado, se identifica mayor porcentaje de comentarios referidos al	En el clip analizado se observa que hay grupo reducido de usuarios que comentan referente al clip, a comparación de otros.	

			clip en comparación de los otros.	
		Reacciones	En el clip analizado, se registra un alto porcentaje de reacciones.	En el clip se visualiza que tiene gran cantidad de reacciones, por lo cual significa que a muchas personas les agrada ese contenido.

Elaboración propia

Tabla N°5

Ficha de observación 2

Unidad de análisis	Reel: Momentos virales del ciclón Yaku– Parte 2			
Tiempo	09” - 11”			
Ámbito temático	Categorías	Indicadores	Ítems	Análisis
	Temática	Contexto	En el clip analizado se identifican las circunstancias en las que sucede un acontecimiento.	En el clip analizado se observa a 2 perros peleando en medio del huaico ocasionado por el ciclón Yaku.
		Lugar	En el clip analizado se identifica el lugar de la situación.	En el clip analizado se visualiza un espacio público inundado por gran cantidad de agua.
	Edición	Texto	En el clip analizado, el formato del texto (títulos y subtítulos) facilita la comprensión del video.	En el clip analizado se observa que se usa el enunciado perritos se pelean en medio del huaico para llamar la atención de los usuarios y facilitar la comprensión del clip.
		Efectos visuales	En el clip analizado, se utiliza efectos visuales como transiciones que hacen atractivo el video.	En el clip analizado no se observa el uso de transiciones.

	Lenguaje audiovisual	Imagen	En el clip analizado, las imágenes representan los hechos.	En el clip analizado se visualiza diferentes imágenes secuenciales que muestran la acción que está pasando en un tiempo real.
		Sonido	En el clip analizado, el sonido (voz y música) es adecuado con las imágenes presentadas.	En el clip analizado se observa que la voz que narra el hecho tiene un efecto de distorsión que explica lo que está pasando en el momento.
	Mensaje	Intención comunicativa	En el clip analizado, se identifica la intención de comunicar un hecho con responsabilidad.	En el clip analizado se visualiza que la intención del emisor es mostrar de una forma divertida como 2 perros pelean en medio del huaico.
		Gramática	En el clip analizado, la gramática no presenta deficiencias tales como faltas ortográficas.	En el clip analizado no se observa ningún tipo de falta ortográfica en los enunciados. Además, si se guarda coherencia y claridad en la comprensión del texto.
	Interacción	Comentarios	En el clip analizado, se identifica mayor porcentaje de comentarios referidos al clip en comparación de los otros.	En el clip analizado se observa que pocas personas comentan y la gran mayoría de personas expresa que le parece divertida la publicación.

		Reacciones	En el clip analizado, se registra un alto porcentaje de reacciones.	En el clip se visualiza que tiene gran cantidad de reacciones, por lo cual significa que a muchas personas les agrada ese contenido.
--	--	------------	---	--

Elaboración propia

Tabla N°6

Ficha de observación 3

Unidad de análisis	Reel: Momentos virales del ciclón Yaku– Parte 2			
Tiempo	12” - 20”			
Ámbito temático	Categorías	Indicadores	Ítems	Análisis
	Temática	Contexto	En el clip analizado se identifican las circunstancias en las que sucede un acontecimiento.	En el clip analizado se observa a personas solicitando donación de bloqueadores, en el contexto de la tragedia por el ciclón Yaku.
		Lugar	En el clip analizado se identifica el lugar de la situación.	En el clip analizado se visualiza un espacio público de la zona de Punta Hermosa.
	Edición	Texto	En el clip analizado, el formato del texto (títulos y subtítulos) facilita la comprensión del video.	En el clip analizado se observa que se usa el enunciado del chico que pidió donación de bloqueadores de esta forma se quiere facilitar la comprensión del clip.
		Efectos visuales	En el clip analizado, se utiliza efectos visuales como transiciones que hacen atractivo el video.	En el clip analizado no se observa el uso de transiciones.

	Lenguaje audiovisual	Imagen	En el clip analizado, las imágenes representan los hechos.	En el clip analizado se visualizan diferentes imágenes secuenciales que muestran la acción que está pasando en un tiempo real.
		Sonido	En el clip analizado, el sonido (voz y música) es adecuado con las imágenes presentadas.	En el clip analizado se visualiza la narración del acontecimiento con un efecto de voz que explica lo que está pasando en el clip.
	Mensaje	Intención comunicativa	En el clip analizado, se identifica la intención de comunicar un hecho con responsabilidad.	En el clip analizado se visualiza que la intención del emisor es mostrar de una forma divertida como un joven pide bloqueador, sin embargo, este hecho no fue informado de una manera responsable, ya que, recibió muchas críticas por parte del público.
		Gramática	En el clip analizado, la gramática no presenta deficiencias tales como faltas ortográficas.	En el clip analizado hay claridad y coherencia en el texto, también, no hay ningún tipo de falla ortográfica en los enunciados.
	Interacción	Comentarios	En el clip analizado, se identifica mayor porcentaje de comentarios referidos al	En el clip analizado se observa que hay muchos usuarios que comentan la publicación a comparación de los otros clips.

			clip en comparación de los otros.	No obstante, las personas expresan comentarios negativos y discriminatorios frente al hecho.
		Reacciones	En el clip analizado, se registra un alto porcentaje de reacciones.	En el clip se visualiza que tiene gran cantidad de reacciones, por lo cual significa que a muchas personas les agrada ese contenido.

Elaboración propia

Tabla N°7

Ficha de observación 4

Unidad de análisis	Reel: Momentos virales del ciclón Yaku– Parte 2			
Tiempo	21” - 30”			
Ámbito temático	Categoría	Indicadores	ÍTEMS	Análisis
Contenido del reel de TikTok	Temática	Contexto	En el clip analizado, se identifican las circunstancias en las que sucede un acontecimiento.	En el clip, se observa un mototaxi ayudando a los transeúntes a cruzar la pista inundada producto de los huaicos.
		Lugar	En el clip analizado se identifica el lugar de la situación.	En el clip, se observa una zona urbana, calles iluminadas, veredas y pistas inundadas.
	Edición	Texto	En el clip analizado, el formato del texto (títulos y subtítulos) facilita la comprensión del video.	En el clip, se usa el título de color blanco con bordes negros que hace que no se pierda con el fondo. El texto ayuda a entender mejor la situación.
		Efectos visuales	En el clip analizado, se utiliza efectos visuales como transiciones que hacen atractivo el video.	En el clip, no se observa el uso de efectos visuales.
	Lenguaje audiovisual	Imagen	En el clip analizado, las imágenes representan los hechos.	En el clip, las imágenes utilizadas han sido grabadas en tiempo real, se muestra la realidad tal como sucede.

		Sonido	En el clip analizado, el sonido (voz y música) es adecuado con las imágenes presentadas.	En el clip, el audio real del video ha sido silenciado, en su lugar, se optó por añadir un efecto de voz de TikTok, que reemplaza a la voz real del locutor que va narrando lo que se visualiza en las imágenes. Se presenta como música de fondo una cumbia peruana.
	Mensaje	Intención comunicativa	En el clip analizado, se identifica la intención de comunicar un hecho con responsabilidad.	En el clip, se identifica la intención del autor al mostrar el ingenio de los peruanos para cruzar la pista en medio del huaico. Pero no se hace referencia a los riesgos que puede traer consigo esa acción.
		Gramática	En el clip analizado, la gramática no presenta deficiencias tales como faltas ortográficas.	En el clip, se puede observar la concordancia de las palabras usadas. Por otro lado, también se observa la omisión del punto al final de una oración.
	Interacción	Comentarios	En el clip analizado, se identifica mayor porcentaje de comentarios referidos al clip en comparación de los otros.	En el clip, se puede observar muy pocos comentarios en relación con los demás clips que componen el reel.
		Reacciones	En el clip analizado, se registra un alto porcentaje de reacciones.	En el clip, se puede observar, muchas reacciones a través de los corazones de TikTok, compartidas y favoritas.

Elaboración propia

Tabla N°8

Ficha de observación 5

Unidad de análisis	Momentos virales del ciclón Yaku– Parte 2			
Tiempo	31” - 33”			
Ámbito temático	Categoría	Indicadores	ÍTEMS	Análisis
Contenido del reel de TikTok	Temática	Contexto	En el clip analizado, se identifican las circunstancias en las que sucede un acontecimiento.	En el clip, se observa una camioneta que está siendo arrastrada por los huaicos pero que se atasca con las escaleras.
		Lugar	En el clip analizado se identifica el lugar de la situación.	En el clip, se observa una calle completamente inundada, casas alrededor y mucho lodo.
	Edición	Texto	En el clip analizado, el formato del texto (títulos y subtítulos) facilita la comprensión del video.	En el clip, se usa el título de color blanco con bordes negros que hace que no se pierde con el fondo. El texto ayuda a entender mejor la situación.
		Efectos visuales	En el clip analizado, se utiliza efectos visuales como transiciones que hacen atractivo el video.	En el clip, no se observa el uso de efectos visuales.

	Lenguaje audiovisual	Imagen	En el clip analizado, las imágenes representan los hechos.	En el clip, las imágenes utilizadas han sido grabadas en tiempo real, se muestra la realidad tal como sucede.
		Sonido	En el clip analizado, el sonido (voz y música) es adecuado con las imágenes presentadas.	En el clip, el audio real del video ha sido silenciado, en su lugar, se optó por añadir un efecto de voz de TikTok, que reemplaza a la voz real del locutor que va narrando lo que se visualiza en las imágenes. Se presenta como música de fondo una cumbia peruana.
	Mensaje	Intención comunicativa	En el clip analizado, se identifica la intención de comunicar un hecho con responsabilidad.	En el clip, se identifica la intención del autor al mostrar que la persona que maneja el auto pudo ponerse a salvo gracias a que la corriente hizo que su camioneta se atasque con las escaleras.
		Gramática	En el clip analizado, la gramática no presenta deficiencias tales como faltas ortográficas.	En el clip, se puede observar la concordancia de las palabras usadas. Se respeta el uso de la tilde en palabras agudas. Se omite el punto final luego de una oración.

	Interacción	Comentarios	En el clip analizado, se identifica mayor porcentaje de comentarios referidos al clip en comparación de los otros.	En el clip, se puede observar muy pocos comentarios en relación con los demás clips que componen el reel.
		Reacciones	En el clip analizado, se registra un alto porcentaje de reacciones.	En el clip, se puede observar, muchas reacciones a través de los corazones de TikTok, compartidas y favorito.

Elaboración propia

Tabla N°9

Ficha de observación 6

Unidad de análisis	Reel: Momentos virales del ciclón Yaku– Parte 2			
Tiempo	34” - 40”			
Ámbito temático	Categoría	Indicadores	ÍTEMS	Análisis
Contenido del reel de TikTok	Temática	Contexto	En el clip analizado, se identifican las circunstancias en las que sucede un acontecimiento.	En el clip, se observa a un hombre ayudando a rescatar a dos perritos que se encontraban a la orilla de un río, en medio del huaico.
		Lugar	En el clip analizado se identifica el lugar de la situación.	En el clip, se observa un río debajo de un puente, azotados por los huaicos.
	Edición	Texto	En el clip analizado, el formato del texto (títulos y subtítulos) facilita la comprensión del video.	En el clip, se usa el título de color blanco con bordes negros que hace que no se pierda con el fondo. El texto ayuda a entender mejor la situación.
		Efectos visuales	En el clip analizado, se utiliza efectos visuales como transiciones que hacen atractivo el video.	En el clip, no se observa el uso de efectos visuales.

	Lenguaje audiovisual	Imagen	En el clip analizado, las imágenes representan los hechos.	En el clip, las imágenes utilizadas han sido grabadas en tiempo real, se muestra la realidad tal como sucede.
		Sonido	En el clip analizado, el sonido (voz y música) es adecuado con las imágenes presentadas.	En el clip, la voz del locutor es reemplazada por un efecto de voz de TikTok, que va narrando lo que se visualiza en las imágenes. Se presenta como música de fondo una canción de esperanza.
	Mensaje	Intención comunicativa	En el clip analizado, se identifica la intención de comunicar un hecho con responsabilidad.	En el clip, se identifica la intención del autor al mostrar el rescate de dos perritos por una persona arriesgándose por salvarlos. Pero no se hace referencia a los riesgos que puede traer consigo esa acción si es realizada sin tener conocimiento de cómo hacerlo.
		Gramática	En el clip analizado, la gramática no presenta deficiencias tales como faltas ortográficas.	En el clip, se puede observar la concordancia de las palabras usadas. Se respeta el uso de la tilde en palabras agudas. Se omite el punto final luego de una oración.
	Interacción	Comentarios	En el clip analizado, se identifica mayor porcentaje de comentarios referidos al	En el clip, se puede observar muchos comentarios en relación con los demás clips que componen el reel.

			clip en comparación de los otros.	
		Reacciones	En el clip analizado, se registra un alto porcentaje de reacciones.	En el clip, se puede observar, muchas reacciones a través de los corazones de TikTok, compartidas y favorito.

Elaboración propia

Tabla N°10

Cuadro de resultados por categorías

Ámbito Temático	Categorías	Indicadores	Análisis 1	Análisis 2	Análisis 3	Análisis 4	Análisis 5	Análisis 6	Resultado final
Contenido del reel de TikTok	Temática	Contexto	En el clip analizado se observa un hombre mayor de edad en una silla de ruedas eléctrica cruzando la pista inundada por las consecuencias del ciclón Yaku.	En el clip analizado se observa a 2 perros peleando en medio del huaico ocasionado por el ciclón Yaku.	En el clip analizado se observa a personas solicitando donación de bloqueadores, en el contexto de la tragedia por el ciclón Yaku.	En el clip, se observa un mototaxi ayudando a los transeúntes a cruzar la pista inundada producto de los huaicos.	En el clip, se observa una camioneta que está siendo arrastrada por los huaicos pero que se atasca con las escaleras.	En el clip, se observa a un hombre ayudando a rescatar a dos perritos que se encontraban a la orilla de un río, en medio del huaico.	Se determinó en los resultados que la categoría 1 temática es importante para los clips porque se muestra el contexto de lo que acontece en las diversas situaciones, adicional a ello el lugar es necesario para saber el entorno en el que pasa cada hecho, de esta forma se sabrá los componentes necesarios para abordar la temática de cada clip.
		Lugar	En el clip analizado se visualiza un espacio público donde transitan distintos vehículos en medio de una pista inundada por agua.	En el clip analizado se visualiza un espacio público inundado por gran cantidad de agua.	En el clip analizado se visualiza un espacio público de la zona de Punta Hermosa.	En el clip, se observa una zona urbana, calles iluminadas, veredas y pistas inundadas.	En el clip, se observa una calle completamente inundada, casas alrededor y mucho lodo.	En el clip, se observa un río debajo de un puente, azotados por los huaicos.	

	Edición	Texto	En el clip analizado se observa que se usa el enunciado Señor Terranator para llamar la atención de los usuarios y facilitar la comprensión del clip.	En el clip analizado se observa que se usa el enunciado "perros se pelean en medio del huaico" para llamar la atención de los usuarios y facilitar la comprensión del clip.	En el clip analizado se observa que se usa el enunciado del chico que pidió donación de bloqueadores de esta forma se quiere facilitar la comprensión del clip.	En el clip, se usa el título de color blanco con bordes negros que hace que no se pierda con el fondo. El texto ayuda a entender mejor la situación.	En el clip, se observa el enunciado en la parte de arriba, lo cual permite que se visualice la imagen.	En el clip, se usa el título de color blanco con bordes negros que hace que no se pierda con el fondo.	Se determinó en los resultados que la categoría 2 edición es relevante, ya que, mediante el texto se puede captar la atención del usuario y facilitar la comprensión del clip, asimismo, no se encontró evidencia de uso de efectos especiales para la producción de cada publicación.
		Efectos visuales	En el clip analizado no se observa el uso de transiciones.	En el clip analizado no se observa el uso de transiciones.	En el clip analizado no se observa el uso de transiciones.	En el clip, no se observa el uso de efectos visuales.	En el clip, no se observa el uso de efectos visuales.	En el clip, no se observa el uso de efectos visuales.	
	Lenguaje audiovisual	Imagen	En el clip analizado se visualizan diferentes imágenes secuenciales que muestran la acción que está pasando en un tiempo real.	En el clip analizado se visualizan diferentes imágenes secuenciales que muestran la acción que está pasando en un tiempo real.	En el clip analizado se visualizan diferentes imágenes secuenciales que muestran la acción que está pasando en un tiempo real.	En el clip, las imágenes utilizadas han sido grabadas en tiempo real, se muestra la realidad sin ser alterada o modificada.	En el clip, las imágenes utilizadas han sido grabadas en tiempo real, se muestra la realidad tal como sucede.	En el clip, las imágenes utilizadas han sido grabadas en tiempo real, se muestra la realidad tal como sucede.	En el clip, las imágenes utilizadas han sido grabadas en tiempo real, se muestra la realidad tal como sucede.

		Sonido	En el clip analizado se observa que la voz y el sonido han sido usados del spot del carro control remoto Terranator para mostrar la relación con las imágenes presentadas.	En el clip analizado se observa que la voz que narra el hecho tiene un efecto de distorsión que explica lo que está pasando en el momento.	En el clip analizado se visualiza la narración del acontecimiento con un efecto de voz que explica lo que está pasando en el clip.	En el clip, el audio real del video ha sido silenciado, en su lugar, se optó por añadir un efecto de voz de TikTok, que reemplaza a la voz real del locutor que va narrando lo que se visualiza en las imágenes. Se presenta como música de fondo una cumbia peruana.	En el clip, el audio real del video ha sido silenciado, en su lugar, se optó por añadir un efecto de voz de TikTok, que reemplaza a la voz real del locutor que va narrando lo que se visualiza en las imágenes. Se presenta como música de fondo una cumbia peruana.	En el clip, la voz del locutor es reemplazada por un efecto de voz de TikTok, que va narrando lo que se visualiza en las imágenes. Se presenta como música de fondo una canción de esperanza.	importante que hace atractivo y envolvente al clip presentado.
	Mensaje	Intención comunicativa	En el clip analizado se visualiza que la intención del emisor es mostrar de una forma divertida como un adulto mayor pasa por una vía inundada por agua.	En el clip analizado se visualiza que la intención del emisor es mostrar de una forma divertida como 2 perros pelean en medio del huaico, por otra.	En el clip analizado se visualiza que la intención del emisor es mostrar de una forma divertida cómo un joven pide bloqueador.	En el clip, se identifica la intención del autor al mostrar el ingenio de los peruanos para cruzar la pista en medio del huaico.	En el clip, se identifica la intención del autor al mostrar que la persona que maneja el auto pudo ponerse a salvo gracias a que la corriente hizo que su camioneta se	En el clip, se identifica la intención del autor al mostrar el rescate de dos perritos por una persona arriesgándose por salvarlos.	Se determinó en los resultados que la categoría mensaje es importante porque se muestra la intención comunicativa de cada clip, como reflejar de una forma llamativa el ingenio de los peruanos. En los clips, se refleja una óptima gramática

							atasque con las escaleras.		mediante la claridad y coherencia de los textos.
		Gramática	En el clip analizado no se observa ningún tipo de falla ortográfica en los enunciados. Por otro lado, algunas palabras no tienen claridad para ser entendidas por todo el público.	En el clip analizado no se observa ningún tipo de falta ortográfica en los enunciados. Además, si se guarda coherencia y claridad en la comprensión del texto.	En el clip analizado hay claridad y coherencia en el texto, también, no hay ningún tipo de falla ortográfica en los enunciados.	En el clip, se puede observar la concordancia de las palabras usadas. Por otro lado, también se observa la omisión del punto al final de una oración.	En el clip, se puede observar la concordancia de las palabras usadas. Se respeta el uso de la tilde en palabras agudas. Se omite el punto final luego de una oración.	En el clip, se puede observar la concordancia de las palabras usadas. Se respeta el uso de la tilde en palabras agudas. Se omite el punto final luego de una oración.	
	Interacción	Comentarios	En el clip analizado se observa que hay grupo reducido de usuarios que comentan referente al clip, a comparación de otros.	En el clip analizado se observa que pocas personas comentan y la gran mayoría de personas expresa que le parece divertida la publicación.	En el clip analizado se observa que hay muchos usuarios que comentan la publicación a comparación de los otros clips. No obstante, las personas expresan comentarios negativos y discriminatorios frente al hecho.	En el clip, se puede observar muy pocos comentarios en relación con los demás clips que componen el reel.	En el clip, se puede observar muy pocos comentarios en relación con los demás clips que componen el reel.	En el clip, se puede observar muchos comentarios en relación con los demás clips que componen el reel.	Se determinó en los resultados que la categoría 5 interacción es relevante para corroborar si el mensaje llega de forma adecuada a los usuarios, esto se puede comprobar a través de los distintos comentarios donde las personas expresan su punto de vista hacia un clip. Además, todos los clips muestran un alto registro de reacciones a

		Reacciones	En el clip se visualiza que tiene gran cantidad de reacciones, por lo cual significa que a muchas personas les agrada ese contenido.	En el clip se visualiza que tiene gran cantidad de reacciones, por lo cual significa que a muchas personas les agrada ese contenido.	En el clip se visualiza que tiene gran cantidad de reacciones, por lo cual significa que a muchas personas les agrada ese contenido.	En el clip, se puede observar, muchas reacciones a través de los corazones de TikTok, compartidas y favoritos.	En el clip, se puede observar, muchas reacciones a través de los corazones de TikTok, compartidas y favoritos.	En el clip, se puede observar, muchas reacciones a través de los corazones de TikTok, compartidas y favoritos.	través de un corazón o darle clip al ícono de favoritos por parte de los distintos usuarios.
--	--	------------	--	--	--	--	--	--	--

Elaboración propia

ANEXO 3: EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: **Ficha de observación que permitirá analizar el contenido del reel “momentos virales del ciclón Yaku– Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.**

La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Anthony Johnson Javier Napa
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa (X) Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Audiovisuales y Periodismo
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados: Título del estudio realizado:

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Ficha de observación sobre el análisis de contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku– Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023
Autores:	Gutiérrez Isidro, Sebastian Alejandro Peña Helfers, Marycielo
Procedencia:	Universidad César Vallejo
Administración:	Gutiérrez Isidro, Sebastian Alejandro Peña Helfers, Marycielo
Tiempo de aplicación:	1 día
Ámbito de aplicación:	Red social TikTok del Trome
Significación:	El instrumento tiene 5 categorías de estudio.

4. Soporte teórico

Escala / ÁREA	Subescala	Definición
Contenido del reel de Tik Tok	Temática	Espinel (2018), indica que la temática es la idea central de lo que va a tratar el producto audiovisual que se desea realizar. Existen diversas temáticas que pueden funcionar bien en caso de usar TikTok, que está más ligado a un público objetivo joven. Se debe de tener en cuenta el contexto de un lugar determinado, el tiempo, las costumbres, etc. Sin embargo, para que un video sea exitoso, no solo se debe de tener en cuenta la temática, sino también la localización del video y que este tenga conexión con la audiencia.
	Edición	Vivares (2016), plantea que la edición de contenido es un procedimiento en el cual un editor coloca fragmentos de video, gráficos de textos, efectos visuales y cualquier otro material audiovisual. En consecuencia, la edición de contenido es el proceso de manipular y reorganizar secuencias de video grabadas para crear un producto final.
	Lenguaje audiovisual	Marqués (2000), plantea que define al lenguaje audiovisual como un sistema de comunicación multisensorial que integra imagen y sonido, lo cual da como resultado un producto audiovisual. Asimismo, según León (2021), afirma que, el lenguaje audiovisual es una condición social que implica el concepto de encuentro entre los sentidos, involucrando la audición (sonido) y la visión (imagen), las cuales son consideradas capacidades básicas para el aprendizaje y la comunicación y; se relacionan íntimamente con los modos de aprendizaje. En consecuencia, el lenguaje audiovisual se puede afirmar que es la combinación de elementos visuales y auditivos para transmitir información y evocar emociones.
	Mensaje	Espinoza (2021), afirma que el mensaje es un elemento de la comunicación, en la cual se traslada una idea, pensamiento o cualquier tipo de información. Esta puede darse de forma verbal a través de las palabras, de forma no verbal a través de los signos o expresiones, también puede darse de forma visual a través de imágenes, fotografías y videos o de forma escrita a través de poemas, libros, etc. Es importante tener en cuenta que, para que un mensaje sea comprendido, se debe de tener en consideración la estructura gramatical y la intención del mensaje.
	Interacción	López y Sánchez (2019), explican que la interacción es la forma de relacionarse a través de un medio digital. Esta puede expresarse a través de comentarios, reacciones, etc. La interacción puede observarse cuando los usuarios reaccionan a las publicaciones de la empresa. Para establecer lazos de amistad duraderos, es crucial que ambas partes generen una interactividad constante.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento la ficha de observación: Análisis de contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku– Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023 elaborado por Gutierrez Isidro, Sebastian Alejandro & Peña Helfers, en el año 2023

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Unidad temática: Contenido del reel de TikTok

Categorías del instrumento: Ficha de observación

- Primera categoría: Temática
- Objetivos de la categoría: Analizar la temática del contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Contexto	En el clip analizado se identifican las circunstancias en las que sucede un acontecimiento. Cola” te generan sentimientos.	4	4	4	
Lugar	En el clip analizado se identifica el lugar de la situación.	4	4	4	

• Segunda categoría: Edición

• Objetivos de la categoría: Analizar la edición del contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Texto	En el clip analizado, el formato del texto (títulos y subtítulos) facilita la comprensión del video.	4	4	4	
Efectos visuales	En el clip analizado, se utilizan efectos visuales como transiciones que hacen atractivo el video.	4	4	4	

Tercera categoría: Lenguaje audiovisual

• Objetivos de la categoría: Analizar el lenguaje audiovisual del contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Imagen	En el clip analizado, las imágenes representan los hechos.	4	4	4	
Sonido	En el clip analizado, el sonido (voz y música) es adecuado con las imágenes presentadas.	4	4	4	

• Cuarta categoría: Mensaje

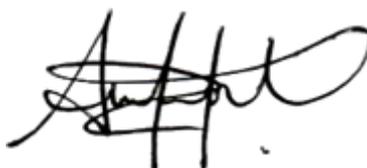
• Objetivos de la categoría: Analizar el mensaje del contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Intención comunicativa	En el clip analizado, se identifica la intención de comunicar un hecho con responsabilidad.	4	4	4	
Gramática	En el clip analizado, la gramática no presenta deficiencias tales como faltas ortográficas.	4	4	4	

• Quinta categoría: Interacción

- Objetivos de la categoría: Analizar el nivel de interacción respecto al contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Comentarios	En el clip analizado, se identifica mayor porcentaje de comentarios referidos al clip en comparación con los otros.	4	4	4	
Reacciones	En el clip analizado, se registra un alto porcentaje de reacciones.	4	4	4	



Firma del evaluador
DNI: 46139794

EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: **Ficha de observación que permitirá analizar el contenido del reel “momentos virales del ciclón Yaku– Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.**

La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Warren Morote Pedroza
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa () Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Periodismo – Audiovisual
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados: Título del estudio realizado:

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Ficha de observación sobre el análisis de contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku– Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023
Autores:	Gutiérrez Isidro, Sebastian Alejandro Peña Helpers, Marycielo
Procedencia:	Universidad César Vallejo
Administración:	Gutiérrez Isidro, Sebastian Alejandro Peña Helpers, Marycielo

Tiempo de aplicación:	1 día
Ámbito de aplicación:	Red social TikTok del Trome
Significación:	El instrumento tiene 5 categorías de estudio.

4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala	Definición
Contenido del reel de TikTok	<ul style="list-style-type: none"> • Temática 	Espinel (2018), indica que la temática es la idea central de lo que va a tratar el producto audiovisual que se desea realizar. Existen diversas temáticas que pueden funcionar bien en caso de usar TikTok, que está más ligado a un público objetivo joven. Se debe de tener en cuenta el contexto de un lugar determinado, el tiempo, las costumbres, etc. Sin embargo, para que un video sea exitoso, no solo se debe de tener en cuenta la temática, sino también la calidad del video y que este tenga conexión con la audiencia.
	<ul style="list-style-type: none"> • Edición 	Vivares (2016), plantea que la edición de contenido es un procedimiento en el cual un editor coloca fragmentos de video, gráficos de textos, efectos visuales y cualquier otro material audiovisual. En consecuencia, la edición de contenido es el proceso de manipular y reorganizar secuencias de video grabadas para crear un producto final.
	<ul style="list-style-type: none"> • Lenguaje audiovisual 	Marques (2000), plantea que define al lenguaje audiovisual como un sistema de comunicación multisensorial que integra imagen y sonido, lo cual da como resultado un producto audiovisual. Asimismo, según León (2021), afirma que, el lenguaje audiovisual es una condición social que implica el concepto de encuentro entre los sentidos, involucrando la audición (sonido) y la visión (imagen), las cuales son consideradas capacidades básicas para el aprendizaje y la comunicación y; se relacionan íntimamente con los modos de aprendizaje. En consecuencia, el lenguaje audiovisual se puede afirmar que, es la combinación de elementos visuales y auditivos para transmitir información y evocar emociones.

	<ul style="list-style-type: none"> • Mensaje 	<p>Espinoza (2021), afirma que el mensaje es un elemento de la comunicación, en la cual se traslada una idea, pensamiento o cualquier tipo de información. Esta puede darse de forma verbal a través de las palabras, de forma no verbal a través de los signos o expresiones, también puede darse de forma visual a través de imágenes, fotografías y videos o; de forma escrita a través de poemas, libros, etc. Es importante tener en cuenta que, para que un mensaje sea comprendido, se deben de tener en consideración la estructura gramatical y la intención del mensaje.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Interacción 	<p>López y Sánchez (2019), explican que la interacción es la forma de relacionarse a través de un medio digital. Esta puede expresarse a través de comentarios, reacciones, etc. La interacción puede observarse cuando los usuarios reaccionan a las publicaciones de la empresa. Para establecer lazos de amistad duraderos, es crucial que ambas partes generen una interactividad constante.</p>

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento la ficha de observación: Análisis de contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku– Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023 elaborado por Gutierrez Isidro, Sebastian Alejandro & Peña Helfers, en el año 2023

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<p>CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.</p>	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.

	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Unidad temática: Contenido del reel de TikTok

Categorías del instrumento: Ficha de observación

- Primera categoría: Temática
- Objetivos de la categoría: Analizar la temática del contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Contexto	En el clip analizado se identifican las circunstancias en las que sucede un acontecimiento.	4	4	4	
Lugar	En el clip analizado se identifica el lugar de la situación.	4	4	4	

- Segunda categoría: Edición
- Objetivos de la categoría: Analizar la edición del contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Texto	En el clip analizado, el formato del texto (títulos y subtítulos) facilita la comprensión del video.	4	4	4	
Efectos visuales	En el clip analizado, se utiliza efectos visuales como transiciones que hacen atractivo el video.	4	4	4	

Tercera categoría: Lenguaje audiovisual

- Objetivos de la categoría: Analizar el lenguaje audiovisual del contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Imagen	En el clip analizado, las imágenes representan los hechos.	4	4	4	
Sonido	En el clip analizado, el sonido (voz y música) es adecuado con las imágenes presentadas.	4	4	4	

- Cuarta categoría: Mensaje
- Objetivos de la categoría: Analizar el mensaje del contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Intención comunicativa	En el clip analizado, se identifica la intención de comunicar un hecho con responsabilidad.	4	4	4	
Gramática	En el clip analizado, la gramática no presenta deficiencias tales como faltas ortográficas.	4	4	4	

- Quinta categoría: Interacción
- Objetivos de la categoría: Analizar el nivel de interacción respecto al contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Comentarios	En el clip analizado, se identifica mayor porcentaje de comentarios referidos al clip en comparación con los otros.	4	4	4	
Reacciones	En el clip analizado, se registra un alto porcentaje de reacciones.	4	4	4	



Firma del evaluador
DNI: 07557602

EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento: Ficha de observación que permitirá analizar el contenido del reel “momentos virales del ciclón Yaku– Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.

La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Percy Salinas Tumbaco
Grado profesional:	Maestría (x) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa () Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Periodismo
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (x)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados: Título del estudio realizado:

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Ficha de observación sobre el análisis de contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku– Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023
Autores:	Gutiérrez Isidro, Sebastian Alejandro Peña Helfers, Marycielo
Procedencia:	Universidad César Vallejo

Administración:	Gutiérrez Isidro, Sebastian Alejandro Peña Helfers, Marycielo
Tiempo de aplicación:	1 día
Ámbito de aplicación:	Red social TikTok del Trome
Significación:	El instrumento tiene 5 categorías de estudio.

4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala	Definición
Contenido del reel de TikTok	Temática	Espinel (2018), indica que la temática es la idea central de lo que va a tratar el producto audiovisual que se desea realizar. Existen diversas temáticas que pueden funcionar bien en caso de usar TikTok, que está más ligado a un público objetivo joven. Se debe de tener en cuenta el contexto de un lugar determinado, el tiempo, las costumbres, etc. Sin embargo, para que un video sea exitoso, no solo se debe de tener en cuenta la temática, sino también la calidad del video y que este tenga conexión con la audiencia.
	Edición	Vivares (2016), plantea que la edición de contenido es un procedimiento en el cual un editor coloca fragmentos de video, gráficos de textos, efectos visuales y, cualquier otro material audiovisual. En consecuencia, la edición de contenido es el proceso de manipular y reorganizar secuencias de vídeo grabadas para crear un producto final.

	Lenguaje audiovisual	Marques (2000), plantea que define al lenguaje audiovisual como un sistema de comunicación multisensorial que integra imagen y sonido, lo cual da como resultado un producto audiovisual. Asimismo, según León (2021), afirma que, el lenguaje audiovisual es una condición social que implica el concepto de encuentro entre los sentidos, involucrando la audición (sonido) y la visión (imagen), las cuales son consideradas capacidades básicas para el aprendizaje y la comunicación y; se relacionan íntimamente con los modos de aprendizaje. En consecuencia, el lenguaje audiovisual se puede afirmar que es la combinación de elementos visuales y auditivos para transmitir información y evocar emociones.
	Mensaje	Espinoza (2021), afirma que el mensaje es un elemento de la comunicación, en la cual se traslada una idea, pensamiento o cualquier tipo de información. Esta puede darse de forma verbal a través de las palabras, de forma no verbal a través de los signos o expresiones, también puede darse de forma visual a través de imágenes, fotografías y videos o; de forma escrita a través de poemas, libros, etc. Es importante tener en cuenta que, para que un mensaje sea comprendido, se deben tener en consideración la estructura gramatical y la intención del mensaje.
	Interacción	López y Sánchez (2019), explican que la interacción es la forma de relacionarse a través de un medio digital. Esta puede expresarse a través de comentarios, reacciones, etc. La interacción puede observarse cuando los usuarios reaccionan a las publicaciones de la empresa. Para establecer lazos de amistad duraderos, es crucial que ambas partes generen una interactividad constante.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento la ficha de observación: Análisis de contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku– Parte 2” de la red social TikTok del

Trome, marzo 2023 elaborado por Gutierrez Isidro, Sebastian Alejandro & Peña Helfers, en el año 2023

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Unidad temática: Contenido del reel de TikTok

Categorías del instrumento: Ficha de observación

• **Primera categoría: Temática**

• **Objetivos de la categoría:** Analizar la temática del contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Contexto	En el clip analizado se identifican las circunstancias en las que sucede un acontecimiento.	4	4	4	
Lugar	En el clip analizado se identifica el lugar de la situación.	4	4	4	

• **Segunda categoría: Edición**

• **Objetivos de la categoría:** Analizar la edición del contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Texto	En el clip analizado, el formato del texto (títulos y subtítulos) facilita la comprensión del video.	4	4	4	
Efectos visuales	En el clip analizado, se utiliza efectos visuales como transiciones que hacen atractivo el video.	4	4	4	

Tercera categoría: Lenguaje audiovisual

- **Objetivos de la categoría:** Analizar el lenguaje audiovisual del contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Imagen	En el clip analizado, las imágenes representan los hechos.	4	4	4	
Sonido	En el clip analizado, el sonido (voz y música) es adecuado con las imágenes presentadas.	4	4	4	

- **Cuarta categoría: Mensaje**

- **Objetivos de la categoría:** Analizar el mensaje del contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Intención comunicativa	En el clip analizado, se identifica la intención de comunicar un hecho con responsabilidad.	4	4	4	
Gramática	En el clip analizado, la gramática no presenta deficiencias tales como faltas ortográficas.	4	4	4	

- **Quinta categoría: Interacción**

Objetivos de la categoría: Analizar el nivel de interacción respecto al contenido del reel “Momentos virales del ciclón Yaku – Parte 2” de la red social TikTok del Trome, marzo 2023.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Comentarios	En el clip analizado, se identifica mayor porcentaje de comentarios referidos al clip en comparación con los otros.	4	4	4	
Reacciones	En el clip analizado, se registra un alto porcentaje de reacciones.	4	4	4	



Firma del evaluador

DNI: 09951748