



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHOS Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

Relación del ciberperiodismo y el uso de la red social TikTok  
en jóvenes universitarios, Lima, 2023.

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

**AUTORA:**

Aranguren Piminchumo, Dhara Sofia (orcid.org/0000-0002-1787-4359)

**ASESOR:**

Dr. Medrano Carbajal, Adolfo Manuel (orcid.org/0000-0003-3167-967X)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA — PERÚ

2024



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, MEDRANO CARBAJAL ADOLFO MANUEL, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "Relación del Ciberperiodismo y el uso de la Red Social TikTok en Jóvenes Universitarios, Lima, 2023.", cuyo autor es ARANGUREN PIMINCHUMO DHARA SOFIA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 16%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

LIMA, 25 de Junio del 2024

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
MEDRANO CARBAJAL ADOLFO MANUEL <b>DNI:</b> 06294067 <b>ORCID:</b> 0000-0003-3167-967X	Firmado electrónicamente por: AMEDRANOC el 26- 06-2024 19:22:57

Código documento Trilce: TRI - 0773015



**Declaratoria de Originalidad del Autor**

Yo, ARANGUREN PIMINCHUMO DHARA SOFIA estudiante de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Relación del Ciberperiodismo y el uso de la Red Social TikTok en Jóvenes Universitarios, Lima, 2023.", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

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

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

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
DHARA SOFIA ARANGUREN PIMINCHUMO <b>DNI:</b> 73601259 <b>ORCID:</b> 0000-0002-1787-4359	Firmado electrónicamente por: DARANGUREN el 25- 06-2024 12:44:08

Código documento Trilce: TRI - 0773013

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de investigación a mi querida familia, por siempre brindarme su cariño, apoyo y motivación incondicionalmente. A cada uno de ellos por formar parte de cada paso en mi camino.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a cada persona que ha formado parte importante en esta etapa. Gracias por enseñarme que todo se consigue a base de esfuerzo y perseverancia. A todas aquellas personas que creyeron en mí, agradezco todo el apoyo y cariño brindado.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR .....	ii
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR .....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	vii
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT .....	x
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. METODOLOGÍA.....	11
III. RESULTADOS .....	22
IV. DISCUSIÓN .....	32
V. CONCLUSIONES .....	36
VI. RECOMENDACIONES .....	38
REFERENCIAS .....	39
ANEXOS .....	46

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población .....	13
Tabla 2 Muestra .....	14
Tabla 3 Género .....	14
Tabla 4 Edad.....	15
Tabla 5 Facultad .....	15
Tabla 6 Escala Valorativa.....	17
Tabla 7 Validación de expertos .....	17
Tabla 8 Niveles de confiabilidad.....	18
Tabla 9 Confiabilidad de instrumento Ciberperiodismo .....	18
Tabla 10 Fiabilidad alfa de Cronbach de instrumento Ciberperiodismo .....	18
Tabla 11 Confiabilidad del instrumento Red Social TikTok .....	19
Tabla 12 Fiabilidad alfa de Cronbach del instrumento Red Social TikTok .....	19
Tabla 13 Frecuencia y porcentajes de la aplicación del Ciberperiodismo .....	22
Tabla 14 Frecuencia y porcentajes del uso de la Red Social TikTok .....	22
Tabla 15 Tabla cruzada del Ciberperiodismo y Red Social Tiktok .....	23
Tabla 16 Tabla cruzada del Ciberperiodismo e Identidad virtual.....	24
Tabla 17 Tabla cruzada del Ciberperiodismo y Comunidad Virtual.....	24
Tabla 18 Tabla cruzada del Ciberperiodismo y Popularidad.....	25
Tabla 19 Prueba de normalidad de variables Ciberperiodismo y Red Social Tiktok ....	26
Tabla 20 Prueba de hipótesis general.....	27
Tabla 21 Prueba de hipótesis específica 1.....	28
Tabla 22 Prueba de hipótesis específica 2.....	29
Tabla 23 Prueba de hipótesis específica 3.....	30

## RESUMEN

En el contexto de las recientes transformaciones tecnológicas y la acelerada digitalización, han emergido nuevas formas de comunicación para satisfacer las necesidades informativas globales. Ante ello, el presente estudio analiza la relación entre el ciberperiodismo y el uso de la red social TikTok entre jóvenes universitarios de pregrado en una universidad privada en San Juan de Lurigancho, Perú, durante 2023.

Utilizando un enfoque cuantitativo, de tipo aplicado y nivel descriptivo correlacional, no experimental de corte transversal, se tomó una muestra de 372 estudiantes de pregrado. Se empleó la técnica de la encuesta con cuestionarios de escala Likert, alcanzando valores alfa de Cronbach de 0,785 y 0,794, que avalan la viabilidad del estudio.

El análisis de datos reveló un coeficiente Rho de Spearman de 0,910, indicando una relación significativa y positiva entre el consumo de ciberperiodismo y el uso de TikTok en los jóvenes encuestados. Concluimos que el ciberperiodismo está positivamente relacionado con la red social TikTok en este grupo de estudiantes universitarios.

**Palabras clave:** Ciberperiodismo, red social TikTok, identidad virtual, comunidad virtual, popularidad.



## **ABSTRACT**

In the context of recent technological transformations and accelerated digitalization, new forms of communication have emerged to meet global information needs. Therefore, this study analyzes the relationship between cyberjournalism and the use of the social network TikTok among young undergraduate students at a private university in San Juan de Lurigancho, Peru, during 2023.

Using a quantitative, applied, descriptive correlational, non-experimental cross-sectional approach, a sample of 372 undergraduate students was taken. The survey technique was used with Likert scale questionnaires, reaching Cronbach's alpha values of 0.785 and 0.794, which support the feasibility of the study.

Data analysis revealed a Spearman's Rho coefficient of 0.910, indicating a significant and positive relationship between cyberjournalism consumption and TikTok use in the young respondents. We conclude that cyberjournalism is positively related to the social network TikTok in this group of university students.

Keywords: Cyberjournalism, TikTok social network, Virtual identity, Virtual community, Popularity.

## I. INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia, la comunicación ha sido uno de los principales pilares dentro de la sociedad debido al poder que esta conlleva, por lo que la información que se imparte mediante las diversas fuentes construidas con el fin de servir como transmisoras, han ido evolucionando considerablemente en estas últimas décadas, evidenciándose como día a día existe cada vez menos consumo de contenido periodístico por los medios tradicionales, quienes durante muchos años fueron de vital relevancia para nuestra sociedad, y que debido a la rutinaria celeridad de la vida cotidiana actual, ha desencadenado en un poco o casi nulo consumo de contenido informativo principalmente por parte de las nuevas generaciones.

En el mundo, los medios informativos han tenido que adaptarse a las transformaciones tecnológicas y la acelerada digitalización, implementando nuevas rutinas productivas para satisfacer las necesidades de los consumidores, lo cual, según lo comentado por Marzal y Casero (2023), la relación entre los jóvenes y la información periodística es minoritaria, ya que según su estudio solo un 28.8% de jóvenes entre los 16 y 30 años consumen contenido periodístico, por lo que se debe llevar a cabo cambios sumamente profundos en los medios de transmisión de contenido, teniendo en cuenta que los factores por los cuales no consumen periodismo es principalmente por falta de tiempo, concluyendo en que aquello se puede combatir con un soporte informativo como las redes sociales.

Asimismo, en el ámbito nacional cabe destacar que ante estas nuevas modalidades de difusión de contenido informativo, la Universidad de Oxford junto al Instituto Reuters, realizaron el estudio Digital News Report 2023, dirigido a los países latinoamericanos, mediante el cual se logró medir cuánto ha incrementado el consumo de noticias por los distintos medios y plataformas comunicativas, dando como resultado que Perú ha incrementado el consumo de contenido informativo en comparación a los estudios de años anteriores, asimismo, el informe revela el exponencial crecimiento de la popular plataforma digital Tik Tok, la cual ha aumentado en 14 puntos porcentuales de

audiencia en el país, indicando que el nivel de consumo informativo se viene elevando gracias a la gran acogida que ha tenido esta red social en la nación.

Por otro lado, en el contexto local, Gargate (2023), informa que actualmente los millennials y centennials han cambiado en su forma de buscar y obtener información, optando por acudir a los medios no tradicionales en la búsqueda de contenido relevante sobre diversos temas de su interés, siendo la tan famosa y popular plataforma TikTok la elegida debido a las tan admiradas características propias de esta emergente aplicación.

Por lo cual, mediante el siguiente estudio, se planteó como problema general: ¿Qué relación existe entre el consumo de ciberperiodismo y el uso de la red social TikTok en jóvenes universitarios? y como problemas específicos: 1) ¿Qué relación existe entre el ciberperiodismo y la identidad virtual en Tiktok en jóvenes universitarios?, 2) ¿Qué relación existe entre el ciberperiodismo y la comunidad virtual en Tiktok en jóvenes universitarios?, 3) ¿Qué relación existe entre el ciberperiodismo y la popularidad en Tiktok en jóvenes universitarios?

La investigación en cuestión es realizada con el fin de aportar teóricamente qué relación existe entre el consumo de ciberperiodismo y el uso de la Red Social TikTok, donde se pretende dar a conocer el nivel de influencia que tiene la identidad virtual, comunidad virtual y la popularidad en el desarrollo y consumo de ciberperiodismo en esta plataforma, esto debido al desbordante crecimiento que ha tenido esta red social a nivel mundial y la gran aceptación por parte de los jóvenes ante esta plataforma. Asimismo, se consideró de vital relevancia indagar el porqué del éxito de dicha plataforma, a tal punto que se ha visualizado la incursión de gran cantidad de empresas generadoras de contenido periodístico para los medios tradicionales a esta popular red social, así como también la inserción de periodistas, influencers y ciudadanos generadores de contenido informativo independiente a una empresa. Finalmente, se buscó dar a conocer un poco más acerca de esta plataforma y los beneficios que puede brindarle a la sociedad peruana.

El proyecto posee como fin analizar la relación que existe entre el consumo de ciberperiodismo y el uso de la red social TikTok en jóvenes universitarios. Por consiguiente, se plantearon los siguientes objetivos específicos: 1) Identificar la relación que existe entre el ciberperiodismo y la identidad virtual para los jóvenes universitarios. 2) Determinar la relación que existe entre el ciberperiodismo y la comunidad virtual para los jóvenes universitarios. 3) Describir la relación que existe entre el ciberperiodismo y la popularidad para los jóvenes universitarios.

Por consiguiente, con base en trabajos anteriormente ejecutados a nivel internacional, Bermejo (2021), tuvo como objetivo precisar la influencia de la plataforma digital TikTok, como una herramienta de comunicación debido al confinamiento que surgió tras la pandemia del covid-19. Con una investigación de tipo descriptiva y utilizando el análisis a 30 videos de la plataforma, indica que TikTok no solo es un elemento comunicador y de entretenimiento positivo para el público, sino que también, es un método o medio de comunicación, interacción y distracción para afrontar en ese entonces la pandemia, llegando, a formar una gran comunidad con cantidades exorbitantes de usuarios, brindando contenido informativo, pero a la vez entretenido, rápido y de fácil entendimiento. Resultando sumamente relevante para el estudio en cuestión, debido a los precedentes comentados, aportando al respaldo de su ejecución, debido a que resalta el gran poder que tiene esta plataforma hoy en día, obteniendo un poder de audiencia y preferencia exponencial, desde un público de edades bastante diversas.

Asimismo, Sanz (2021), entender por qué cada vez más medios de comunicación se están uniendo a las plataformas digitales, especialmente en el caso de Tik Tok, resaltando la importancia de esta innovación por parte de los 3 medios de comunicación de suma relevancia en su país, por lo cual, mediante los métodos de selección y análisis de la información requerida, se realizó un estudio a los medios *El Mundo*, *The Washington Post* y *Ac2ality*. Concluyó en que cada vez más medios de comunicación se vienen incorporando a estas plataformas tras el ascenso que está teniendo TikTok y el gran incremento de usuarios que tiene cada día, quienes en su mayoría utilizan la

plataforma con el fin de informarse, apoyándose del dinamismo de los videos y el lenguaje sencillo e informal que esta posee, teniendo presentes los prospectos de que esta red social seguirá creciendo y nos llevará a una nueva era de la comunicación. Por tanto, se tomó como referente la investigación expuesta, con el fin de analizar si los factores planteados en dicha investigación son correlacionales con el estudio en curso, determinando si el gran apogeo que se encuentra teniendo TikTok también se encuentra presente en nuestro país.

En relación, Sánchez y Marinho (2020), en su estudio titulado “Digital journalism: 25 years of research. Review article”, buscó analizar si el periodismo tiene cabida dentro de esta tan aclamada red social. Desarrollando un estudio de tipo mixto, se enfocó en un análisis de contenido y una secuencia de entrevistas sobre 3 cadenas televisivas de España. Realizando una comparativa entre los distintos tipos de contenido tales como: contenido informativo, historias sociales, entrevistas, celebraciones y humor, la que más ha predominado en consumo e interacción por parte de los seguidores de estas cuentas es el contenido informativo, asimismo, las historias sociales que hay detrás de los acontecimientos ocurridos, por lo que se concluyó en que el periodismo informativo dentro de Tik Tok resulta de gran atractivo para los consumidores de contenido. De las evidencias anteriores, se tiene como referencia que en la actualidad el periodismo informativo dentro de la plataforma ha tenido gran acogida en otros países, resultando sumamente interesante para realizar una comparativa acerca de la situación actual de Perú con respecto a la aceptación y el nivel de consumo del contenido informativo mediante esta red.

Por su parte, Arrieta y Rubio (2023), en el artículo “Periodismo de verificación en formato vertical: narrativas multimedia de los verificadores en TikTok”, tuvo como objetivo comprender las características de los discursos de los verificadores que existen dentro de la red social. Mediante un análisis de contenido, se realizó un estudio a 7 de las cuentas verificadas más influyentes en su sector. Se obtuvo como resultado que las páginas verificadas para dicho proyecto empleaban la multimedialidad y el lenguaje interactivo en sus cuentas, además de contar con un enfoque direccionado con respecto

a la temática de la que consta cada video realizado, concluyendo que esta sería una alianza sumamente beneficiosa para todos los consumidores de contenido en la sociedad. En ese sentido, se relaciona hacia la investigación pertinente sobre el uso de diversas estrategias y/o características que deben ser evaluadas en el país, para saber con certeza si en la actualidad los creadores de contenido por medio de esta plataforma se encuentran realizando un eficiente trabajo o aún se encuentra en camino de una mejora con el fin de obtener mayor audiencia.

Alonso y Giacomelli (2021), analizaron la necesidad de información veraz que existe en la población, así como qué tan relevante es contar con periodistas certificados, los cuales lleven su labor a través de nuevas propuestas como lo es TikTok, en el cual, por medio de un análisis de contenido, se verificó a un total de 13 páginas de contenido periodístico en el mundo. Se determinó que no solo se obtiene un mayor poder de alcance del mensaje hacia nuevas comunidades de auditivas, sino también, es un proceso para combatir los altos niveles de desinformación que predominan a nivel mundial. Asimismo, se identificó que TikTok presenta un gran potencial para el periodismo de información y lo fomenta desde su audiencia. Por lo cual, alineándose al estudio, brindan una amplia perspectiva de la situación actual de la plataforma a nivel mundial, siendo de suma relevancia para realizar una comparativa de desarrollo y análisis del porqué es o no un elemento esencial para el crecimiento del periodismo digital en el país.

Al respecto, en el ámbito nacional, Trujillo (2022), tuvo como fin, analizar los cambios que la web 2.0 ha generado en los medios de comunicación tradicionales, empleando como método de recolección de datos el análisis a 3 medios muy conocidos como son Tv Perú, El Popular y La República. Concluyendo en que, actualmente es esencial que los medios de información tradicionales se encuentren inmersos en las redes sociales más conocidas, debido a la era digital en la que actualmente estamos viviendo, por lo que los medios tradicionales han tenido que adaptarse para seguir siendo relevantes entre la población ya que es mediante las redes sociales como Tik Tok que estos medios se hacen presente ante otro segmento poblacional al que ya es

consumidor, atrayendo e informando fidedignamente a mayor cantidad de ciudadanos y así mismo, estando atentos a lo que estos piensan u opinan mediante la interacción que se puede realizar por medio de este tipo de plataformas. Ante ello, se resalta la relevancia del estudio, debido a que es de gran aporte informativo para la investigación, ya que por medio de los resultados obtenidos se genera un respaldo acerca de la hipótesis planteada desde la perspectiva de medios al público. Por tanto, el estudio está enfocado en dejar como precedente para futuros estudios un enfoque directamente de consumidor.

En ese sentido, Flores (2022), tuvo como objetivo explicar la adaptación de los medios periodísticos peruanos tales como: América Televisión, Latina, RPP Noticias y Exitosa Noticias en la red social Tik Tok, aplicando el análisis a estas 4 empresas. Donde se concluye que es por medio de la hipertextualidad, la personalización, la interactividad y la inmediatez que resulta fructífero el periodismo digital. Por otro lado, también se toma en cuenta al periodista, esto debido a que este personal debe cumplir con ciertos estándares acordes a la necesidad del puesto, ya que debe ser una persona multifacética, versátil y de mentalidad abierta para poder informar adecuadamente a este nuevo segmento de consumidores que se quiere o pretende abarcar. En relación a ello, se pudo tener la investigación presente al momento de desarrollar el estudio en cuestión, tomando como guía referencial, debido a que la actual investigación cursante engloba tanto a la participación de los medios comunicacionales tradicionales dentro de la plataforma Tik Tok, así como también a los creadores de contenido independiente a empresas.

Por su parte, Narváez y Sánchez (2022), analizaron las características del periodismo digital en la plataforma Tik Tok, con un enfoque cuantitativo, se observó a 9 usuarios, profesionales de la carrera de comunicación y otras carreras en reacción a 45 videos varios relacionados al periodismo. Se concluyó que en la actualidad se tiene un mayor alcance a la información, esta no puede estar sujeta a lo expresado textualmente, ya que un periodista independiente o un medio en general deben tener sus propias características informativas, lo cual le brindará mayor interacción a la información que se

quiere brindar. Por tanto, la información expuesta muestra que existen dos tipos de forma de transmitir el contenido, siendo por medio de las empresas del rubro e individualmente por generadores de contenido independientemente, por lo cual, se toma como referencia para cuantificar cuál es la medida de aceptación por parte del usuario de la plataforma con respecto a qué contenido se inclina más al momento de consumir.

Por su parte, Mendoza (2022), profundizo teóricamente en esta nueva red social llamada TikTok y el consumo del usuario en esta plataforma, aplicando la técnica de recolección de datos. Se concluyó que se vive en una sociedad acelerada donde los ciudadanos desean informarse, pero ya no cuentan con tiempo suficiente para visualizar un noticiero o leer notas periodísticas largas y hasta complejas, resultando poco atractivo visualmente. La simplicidad e inmediatez que caracteriza a la plataforma Tik Tok ha resultado ser de gran aporte para poder llegar a mayor cantidad de usuarios y adentrarse en segmentos poblacionales a los cuales no se podía acceder anteriormente, ante ello, se visualiza que la plataforma ya mencionada se encuentra en constante ascenso y posteriormente se prevé que logre relegar el consumo de información por medio de otras redes sociales y hasta de los medios de comunicación tradicionales. Este estudio visualizado queda como precedente ante conceptos básicos y relevantes para fundamentar y guiar el transcurso de la investigación, sustentando el porqué del estudio y encaminar correctamente los puntos principales y relevantes de analizar para obtener resultados certeros e importantes.

Por último, Vílchez (2022), estudiaron la interacción y comportamiento de los usuarios con los grandes medios comunicacionales mediante la plataforma de Tik Tok, de nivel descriptivo, analizando al diario La República, mediante la red social. Se ha podido evidenciar que existe una buena interacción de los usuarios con el medio, esto debido a que cuenta con la total libertad de opinar, siendo mediante los comentarios de los diversos videos posteados por La República donde los consumidores debaten, comentan y opinan acerca de las diferentes perspectivas que se pueden tener frente al tema. Si bien los comentarios no son una peculiaridad de esta red social, si ayudan los algoritmos con los que cuenta Tik Tok para expandir la segmentación de usuarios a la



que este diario se encontraba acostumbrado, además de cumplir con los estándares de las nuevas necesidades informativas y tecnológicas de los consumidores. Finalmente, deja como precedente el aporte de Vílchez con el diario La República, acerca de la viabilidad del proyecto, debido a que se ha evidenciado que existe una relación influyente en el consumo de periodismo, siendo promovida por la cercanía de la interacción del usuario con el medio, por lo cual se tomó como referencia y se extendió el análisis para encontrar una relación más directa de los usuarios con el tipo de contenido en general.

Ante ello, se determinó la variable 1 determinada como “ciberperiodismo”, bajo la primera teoría “efectos limitados”, expuesta por Paul Lazarsfeld (1955), mediante el cual pudo concluir que la sociedad posee la capacidad de seleccionar e interpretar los mensajes emitidos por los medios, bajo los hábitos de percepción y recepción de cada individuo. Ante lo cual, determino que diversos grupos sociales seleccionan a sus propios líderes de opinión, con el fin de representar e informar acerca de las situaciones relevantes para todos ellos y expandiendo sus intereses hacia nuevos horizontes.

Así mismo, la variable 2, definida como “uso de la red social TikTok” se sostiene bajo la segunda teoría “usos y gratificaciones”, mediante la cual Katz explica que los individuos desean satisfacer sus necesidades y deseos comunicativos, por lo cual, ya no son calificados como receptores pasivos de información, sino que, se encuentran participando activamente, eligiendo y utilizando los medios de comunicación conforme a sus necesidades.

Por consiguiente, se determinaron las variables empleadas en el estudio en curso, mediante la cual se reconoció a la variable 1 como Ciberperiodismo, y la variable 2 a uso de la red social TikTok. Por ello, se procederá a desarrollar el concepto de ambas variables y determinar las dimensiones que se emplearán en la investigación.

En relación con ello, Salaverria (2019), informa que el periodismo digital, también denominado ciberperiodismo es la unión de los diversos medios de comunicación tradicionales en uno solo, el internet, siendo un nuevo método de periodismo el cual

emplea todos los medios que brinda la tecnología con el fin de actualizar informativamente a la sociedad, teniendo como fin brindar una información relevante y completa, resultando interactiva, además de aplicar la personalización informativa mediante la disposición, requerimiento e interpretación de la noticia, logrando impactar al consumidor tras la inmediatez de la información difundida.

Mediante el cual, se pudo extraer las siguientes dimensiones:

**Hipertextualidad:** Según Díaz y García (2022), indica que se puede presenciar de forma lineal, tanto como no lineal. Así mismo, la hipertextualidad pretende crear, enlazar y distribuir por medio del contenido generado, proporción fuentes con mayor contenido, redirigiendo el mensaje de forma más amplia generando una interacción entre la comunidad y los medios consolidados o personales.

**Multimedialidad:** Según Díaz y García (2022) informan que es indispensable aplicar la multimedialidad dentro del medio virtual, esto debido a que se debe tener en claro que para encontrarse dentro del ciberespacio se debe saber qué, cómo y de qué modo se desea transmitir para poder llegar a los usuarios, ya que aquello marcará la diferencia para ser de preferencia de la sociedad.

**Interactividad:** Según Díaz y García (2022), indican que sólo se puede presenciar en medios de comunicación asincrónicos y no lineales. Así mismo, en la interactividad es el receptor quien selecciona qué parte del mensaje brindado y presta mayor atención a un fragmento al acaparar su interés para posteriormente redirigir el mensaje, interactuando con la comunidad.

Por otro lado, el uso de la red social Tik Tok según Bermejo (2021) permite la creación y edición de clips de video cortos, con el fin de posteriormente subirlo a la red y compartir contenido muy diverso resultando ser una forma nueva y diferente forma de expresión, alentando a los usuarios a poder compartir sus pasiones y expresarse de

forma creativa. Haciendo que los jóvenes se puedan comunicar libremente, conociendo nuevos y diversos estilos de vida, generando así el nacimiento de nuevas culturas.

Definiendo las dimensiones bajo los siguientes puntos:

Identidad virtual: Rojas (2021) indica que los jóvenes en la actualidad van formando una identidad virtual, en base a las experiencias que han ido adquiriendo a lo largo del desarrollo de su vida personal, así como también, por lo que, por el mismo motivo, los jóvenes buscan que su identidad digital no se encuentre asociado al mundo real, brindando una pequeña perspectiva de los expuesto mediante los videos, publicaciones y hasta nicknames que los usuarios de las redes poseen al momento de darse a conocer en un entorno virtual.

Comunidad virtual: Rojas (2021), definida como aquellos espacios de interacción y confraternización formados por individuos con intereses en común. Así mismo, las experiencias vividas y las acciones diarias realizadas por los individuos se manifiestan directamente en la comunidad virtual.

Popularidad: Ante ello Galindo (2019), menciona que en la actualidad la popularidad se encuentra siendo cada vez más indispensable en la vida de los jóvenes y adolescentes, esto debido a que la popularidad está ligada al estatus que se pueda llegar a obtener dentro del mundo en el cual interactúan, evaluando mediante las siguientes dimensiones: seguidores, reacciones y visibilidad.

Ante ello, se pretende establecer la siguiente hipótesis en respuesta al cuestionamiento de la investigación en curso. Hipótesis general: Existe una relación significativa entre el ciberperiodismo y la red social TikTok en jóvenes universitarios. Hipótesis específicas: H1: Existe una relación significativa entre el ciberperiodismo y la identidad virtual en jóvenes universitarios. H2: Existe una relación significativa entre el ciberperiodismo y la comunidad virtual en jóvenes universitarios. H3: Existe una relación significativa entre el ciberperiodismo y la popularidad en jóvenes universitarios.

## II. METODOLOGÍA

La presente investigación en cuestión es de tipo **aplicada**, la cual según Pawar (2020), indica que está dirigida a determinar nuevos términos, métodos o formas de poder alcanzar objetivos en específico. Este tipo de investigación requiere de conocimiento existente con el fin de proponer soluciones a problemas determinados, desarrollando ideas y convirtiéndolas en propuestas específicas.

Por lo cual, el estudio realizado se encuentra bajo las siguientes características a mencionar. Partiendo de lo comentado por Haig (2018) quien informa que el método hipotético deductivo consta de la formulación de una teoría o hipótesis aprobada indirectamente mediante una serie de predicciones, las cuales, posteriormente deberán ser certificadas, ante ello, el método en mención busca que la predicción sea corroborada o en algunas circunstancias, denegada, con el fin de probar la viabilidad del estudio que se pretende realizar.

Ante ello, la investigación esta parametrada bajo un enfoque **cuantitativo**, definido según Bloomfield & Fisher (2019) como aquel método de análisis y recolección de datos los cuales son empleados con el propósito de dar respuesta al proyecto de estudio. Ante lo cual Rahman (2020), comenta la importancia de este enfoque, mediante el cual se podrá emplear técnicas estadísticas bajo el objetivo de poder explicar y dar respuesta a un problema o situación en específico, así mismo, Rahman determina a este tipo de enfoque como un medio de poder analizar y recolectar datos, mediante el cual permitirá obtener un análisis confiable.

Así mismo, cabe destacar que el estudio se estableció bajo un **diseño no experimental**, ya que como indica Gordon, Moakler & Zettermeyer (2022) y Cortez (2020), mientras que en la investigación no se manipule o altere los objetos tratados en su estado natural, se podría definir al estudio como de diseño no experimental, asimismo, se aplicó un **corte transversal** y **correlacional**, debido a que el estudio se basa en

buscar la relación que existe entre ambas variables elegidas, con el fin de poder determinar el nivel de impacto que existe una en la otra.

Cabe resaltar que, en la investigación en cuestión, no se realizó la manipulación de la información sobre las variables expuestas, así mismo, se trató de mantener en todo momento el contexto natural del estudio a realizar, con el fin de poder hallar el nivel correlacional que existe entre ambas variables a tratar.

### ***Variable 1: Ciberperiodismo***

***Definición conceptual:*** El periodismo digital o también llamado ciberperiodismo determina la posterior transferencia del contenido informativo, realizado mediante una determinada forma, el cual se encuentra destinado a un público que pueda acceder a la red de internet (Díaz F. y García V. 2022).

***Definición operacional:*** El periodismo digital tiene como fin, la búsqueda de información relevante y completo que se compone por la interactividad, con vínculos que se encuentran actualizando rápidamente conforme evoluciona, personalización, en la disposición, enriquecimiento e interpretación del contenido a brindar y finalmente, la instantaneidad, mediante la cual, se busca e impacto y la inmediatez de la información (Ruiz, 2022).

### ***Variable 2: Uso de la Red social Tik Tok***

***Definición conceptual:*** Tik Tok es una red informática cuya finalidad es permitir la comunicación y/o interacción entre los usuarios, siendo una nueva forma de interrelacionarse y compartir diverso contenido digital, permitiendo a las personas ser tanto receptores como productores de contenido. (Morduchowicz, 2012)

***Definición operacional:*** El uso de la red informática hace que los jóvenes se puedan sentir libres al momento de comunicarse y que, ante ello, conozcan nuevos

estilos de vida en el proceso, por lo cual, genera el nacimiento de nuevas culturas, las cuales se encuentran cargadas de todas las preocupaciones e intereses que poseen, donde se resalta que son lugares donde los adultos son observadores o hasta son ignorados de estos mundos personales. (Galindo, 2019)

Con respecto a la **población y muestra** Mucha et. al. (2021) y Otzen & Manterola (2017), nos comentan que el universo es el grupo poblacional el cual será observado y analizado con un fin determinado dentro de un determinado contexto, mediante el cual se desarrollará un estudio o investigación. Así mismo, es decir, son aquellos participantes directos en la observación a realizar en función de un posterior estudio. Ante ello, la población general del estudio es de 11700 jóvenes estudiantes de pregrado de una universidad privada en el distrito de San Juan de Lurigancho.

**Tabla 1 Población**

<b>Población</b>	<b>Frecuencia</b>
Jóvenes estudiantes de pregrado de una universidad privada de SJL	11700

- **Criterios de inclusión:**

- Estudiantes de pregrado de una universidad privada en el distrito de San Juan de Lurigancho.
- Estudiantes los cuales deseen participar voluntariamente.
- Únicamente contando todas aquellas encuestas las cuales estén completa y adecuadamente llenas.

- **Criterios de exclusión:**

Lo conforman todos los habitantes que no cumplan con las características correspondientes en cuestión de edad, centro de estudios, distrito, ciudad y departamento, así mismo, aquellos jóvenes que no deseen participar voluntariamente

del estudio y/o jóvenes que no hayan realizado correctamente el llenado de la encuesta a realizar.

Así mismo, Pandey & Pandey (2021), menciona que la **muestra** es aquella representación general del número general del grupo poblacional en la cual será realizado el estudio. Ante los datos obtenidos, se procederán a detallar con precisión, siendo equivalente con la población en cuestión. Así mismo, se debe tomar en cuenta que si la muestra no es precisamente analizada se podría obtener un estudio defectuoso. Ante ello, realizando el nivel de muestra probabilística para obtener un resultado de 95% de confiabilidad, la muestra será aplicada a 372 jóvenes estudiantes de pregrado de una universidad privada de San Juan de Lurigancho.

Ante ello, para calcular la muestra se realizó la siguiente ecuación:

**Dónde:**

**p:** Variable positiva = 0.5

**q:** Variable negativa = 0.5

**e:** Margen de error = 0.05

**Z:** Nivel de confianza = 1.95%

**N:** Población = 11700

**Muestra=** 372

**n=** 372

**Tabla 2 Muestra**

<b>Muestra</b>	<b>Frecuencia</b>
Estudiantes	372

**Tabla 3 Género**

<b>Género</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
---------------	-------------------	-------------------	-----------------------------

Femenino	174	46.8 %	46.8 %
Masculino	198	53.2 %	100 %
<b>Total</b>	<b>372</b>		<b>100%</b>

**Tabla 4 Edad**

<b>Edad</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
17 años	5	1.3 %	1.3%
18 años	21	5.6 %	6.9
19 años	29	7.8 %	14.7
20 años	46	12.4 %	27.1
21 años	53	14.24 %	41.34
22 años	44	11.82 %	53.16
23 años	32	8.6 %	61.76
24 años	27	7.3 %	69.06
25 años	22	5.90 %	74.97
26 años	43	11.6 %	86.56
27 años	12	3.22 %	89.78
28 años	18	4.83 %	94.61
29 años	15	4.03 %	98.64
30 años	2	0.53 %	99.17
31 años	3	0.53 %	99.70
32 años	1	0.3 %	100%
<b>Total</b>	<b>373</b>		<b>100%</b>

**Tabla 5 Facultad**

<b>Facultad</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Facultad de Ciencias y Humanidades	137	36.8 %	36.8 %
Facultad de Ingeniería y Arquitectura	65	17.5 %	54.3 %
Facultad de Ciencias Empresariales	99	26.6 %	80.9 %
Facultad de Ciencias de la Salud	71	19.1 %	100 %
<b>Total</b>	<b>372</b>		<b>100%</b>

En base al **muestreo**, el estudio en cuestión aplicará el tipo de muestreo intencional homogéneo, esto debido a que según lo comentado por Reales et. Al. (2022) y Stock et. Al (2019), este tipo de muestreo es utilizado para obtener una muestra



homogénea, lo cual consiste en recolectar la muestra por medio de individuos que compartan características similares entre ellas.

Correspondiente a la **unidad de análisis**, se determinó emplear a estudiantes de pregrado de una universidad privada en el distrito de San Juan de Lurigancho

Según Hernández y Aduana (2020), definen las **técnicas e instrumentos de recolección de datos** como aquellos elementos los cuales se encargan de asegurar el hecho empírico dentro del estudio, donde el presente método tiene como fin representar el camino que hay por seguir dentro de la investigación y las técnicas son el conjunto de instrumentos que se aplicarán con el fin de analizar y recoger información en función a los indicadores designados dentro del estudio, aplicando como técnica de recolección de datos la encuesta.

En relación a ello, se determinó emplear como instrumento de recolección de datos **el cuestionario**, a lo que Molina et al. (2020), informan que es la herramienta mediante la cual se obtiene una información de carácter uniforme. Por lo cual, los cuestionarios deben realizarse en función a los objetivos planteados en la investigación, desglosando las con el fin de llegar a la información que se desea recabar.

Así mismo, las preguntas presentadas en el cuestionario fueron realizadas en base a la **escala Likert**, de tipo ordinal, mediante la cual nos presenta 5 enunciados distintos en las respuestas aplicadas.

- (1) Siempre
- (2) Casi siempre
- (3) A veces
- (4) Casi nunca
- (5) Nunca

La **validez** del presente proyecto se realizó por medio de la verificación del juicio de expertos, en el cual, se requirió a 3 Magísteres profesionales de la educación de

amplia experiencia en investigación. Así mismo, se empleará el uso de la V de Aiken, el cual es un coeficiente, el cual va a permitir cuantificar que tan relevantes son los Ítems empleados, respecto a un dominio de contenido, partiendo desde la valoración de un número de jueces.

**Tabla 6 Escala Valorativa**

<i>Esca</i> la Valorativa	<i>Esca</i> la de medición
Bajo	1
Medio	2
Alto	3

*Fuente: Paredes (2021)*

**Tabla 7 Validación de expertos**

<b>N</b>	<b>Juez</b>
1	Mg, Hugo Tupac Yupanqui Rocha
2	Mg. Gladys Ferreyra Ugarte
3	Mg. Paloma Barreto Velazco

Ante ello, se recurrió a la verificación y posterior validación del contenido del presente proyecto, por 3 Magísteres expertos mediante la siguiente fórmula:

$$V = \frac{S}{(n(c-1))}$$

**S:** sumatoria de sí

**SI:** Valor asignado por el juez i

**N:** Número de jueces

**C:** Número de valores en la escala de valoración.

Así mismo, la **fiabilidad** de los instrumentos aplicados será comprobados mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, teniendo entre sus principales ventajas obtener

la posibilidad de evaluar cuanto mejoraría la fiabilidad de la prueba si es que un ítem determinado es excluido mediante la correspondiente fórmula.

**Tabla 8 Niveles de confiabilidad**

Coeficiente alfa		Criterio
Coeficiente alfa	$a \geq 0.9$	Excelente
Coeficiente alfa	$0.7 \leq a < 0.9$	Bueno
Coeficiente alfa	$0.6 \leq a < 0.7$	Aceptable
Coeficiente alfa	$0.5 \leq a < 0.6$	Pobre
Coeficiente alfa	$< 0.5$	Inaceptable

Fuente: Ma, et al (2020)

- **Confiabilidad del instrumento**

**Tabla 9 Confiabilidad de instrumento Ciberperiodismo**

**Resumen de procesamiento de casos**

		N	%
Casos	Válido	372	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	372	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Tabla 10 Fiabilidad alfa de Cronbach de instrumento Ciberperiodismo**

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,785	6

**Tabla 11 Confiabilidad del instrumento Red Social TikTok**

**Resumen de procesamiento de casos**

		N	%	
s	Caso	Válido	372	100,0
		Excluido <sup>a</sup>	0	,0
		Total	372	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Tabla 12 Fiabilidad alfa de Cronbach del instrumento Red Social TikTok**

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,794	9

Mediante los presentes cuadros, se visualiza que la variable 1, se logró obtener un alfa de Cronbach de valor 0,785, en cuanto a la variable 2, un valor de 0,794, indicando una buena consistencia interna de los ítems del cuestionario. Este resultado sugiere que los ítems están correlacionados y miden de manera coherente el mismo constructo, debido a que un valor superior a 0,70 es considerado como aceptable, y un valor de 0,785 y 0,794 confirma la fiabilidad del instrumento de medición. Ante ello, los presentes hallazgos permiten tener confianza en la precisión y coherencia de los datos que fueron recopilados para el estudio.

Por consiguiente, el **procedimiento** aplicado para la realización del estudio se inició mediante dos variables, las cuales son detalladas en la investigación en curso, elegidas debido a la gran relevancia que tienen actualmente en la sociedad, ya que, tras la pandemia del COVID-19 y la paralización de las ciudades en el mundo entero, la

sociedad en la que habitamos se tuvo que adaptar a la situación, dando paso a la era de la digitalización, transformando hasta la necesidad de comunicar e informarse, implementando nuevas modalidades de creación y realización de contenido mediante populares plataformas.

Ante ello, se contempló realizar el estudio en cuestión, mediante el cual se busca medir el nivel de significancia que tiene la plataforma Tik Tok en el ciberperiodismo en jóvenes de una universidad privada del distrito de San Juan de Lurigancho, con el fin de determinar si esta nueva y tan aclamada plataforma influye en el incremento de realización y consumo de periodismo en los jóvenes.

Así mismo, con el fin de poder reforzar el estudio se analizó investigaciones y teorías que se encuentren relacionadas con el tema tratado, con el fin de analizar y sustentar fehacientemente la viabilidad del tema a tratar. La muestra a recolectar fue de 372 estudiantes de las diversas carreras de una universidad del distrito de San Juan de Lurigancho, utilizando como medio de recolección de información la técnica del cuestionario implementando formulario de Google Forms. Se determinó qué tan beneficiosa resulta esta red social en la realización y consumo de contenido periodístico en los jóvenes, con el fin de poder dejar como precedente e invitar a un posterior estudio más a fondo del tema tratado.

En relación a ello, se empleó un **análisis de datos** para ambas variables, evaluando según los resultados que se obtuvieron mediante las técnicas e instrumentos aplicados para la recolección de datos, serán procesadas por medio de la herramienta estadística llamada SPSS, por la cual se procedió a realizar la búsqueda de resultados aplicando porcentajes, gráficos y tablas. Así mismo, mediante el programa se pudo obtener toda la información para responder así todas las interrogantes planteadas en el trabajo.

Finalmente, el **aspecto ético** según Morawski (2019), indica que la ética en un estudio es sumamente relevante, ya que es mediante este aspecto que se protege a los

autores de las diversas investigaciones, estudios o informes realizados en todo el mundo, salvaguardando la autenticidad de ellos. Por consiguiente, y bajo los lineamientos académicos establecidos, se realizará la investigación bajo estándares de investigación teórica, los lineamientos establecidos por las normas APA 7 y el reglamento de ética de la universidad. De esta forma se busca conseguir una investigación adecuada, siendo respaldada por el servicio de prevención de plagio Turnitin, mediante el cual se garantiza evitar errores en las citas y evitar las coincidencias o términos no apropiados de información, con el fin de brindar un aporte verídico y certificado para posteriores estudios similares.

### III. RESULTADOS

#### 3.1. Estadística descriptiva

Estadística descriptiva variable ciberperiodismo

**Tabla 13 Frecuencia y porcentajes de la aplicación del Ciberperiodismo**

CIBERPERIODISMO		Frecuencia	Porcentaje
Válido	INEFICIENTE	55	14,8
	REGULAR	111	29,8
	EFICIENTE	206	55,4
	Total	372	100,0

#### Interpretación:

En base a la siguiente tabla, se puede visualizar que actualmente los jóvenes estudiantes de pregrado encuestados consideran que el ciberperiodismo se viene aplicando mediante las diversas plataformas digitales, en su gran mayoría de forma eficiente, resaltando su relevancia en el formato que se encuentra siendo aplicado mediante estas redes, al momento de comunicar los diversos acontecimientos sociales relevantes para los ciudadanos. Así mismo, con un 55.4%, equivalente a 206 encuestados, se encuentran quienes opinan que el ciberperiodismo se está aplicando de forma regular con un 29.8% y finalmente, de forma ineficiente con un 14.8%. Ante lo cual, se evidencia que el ciberperiodismo como se encuentra resultando de forma eficiente y relevante en la sociedad.

Estadística descriptiva variable Red Social Tiktok

**Tabla 14 Frecuencia y porcentajes del uso de la Red Social Tik Tok**

Red Social Tiktok		Frecuencia	Porcentaje
-------------------	--	------------	------------

Válido	BAJA	34	9,1
	MEDIA	132	35,5
	ALTA	206	55,4
	Total	372	100,0

**Interpretación:**

Mediante la siguiente tabla, hemos evidenciado que el 55.4% de jóvenes estudiantes encuestados indican que el uso de la red social TikTok es alta, seguido de un 35.5% de forma media y finalmente con un 9.1% de forma baja, por lo que, queda en evidencia que esta red social es muy aclamada en nuestra sociedad.

**Tabla 15 Tabla cruzada del Ciberperiodismo y Red Social Tiktok**

**Tabla cruzada CIBERPERIODISMO \* RED SOCIAL TIKTOK**

% del total		RED SOCIAL TIKTOK			Total
		BAJA	MEDIA	ALTA	
CIBERPERIODISMO	INEFICIENTE	9,1%	5,6%		14,8%
	REGULAR		29,8%		29,8%
	EFICIENTE			55,4%	55,4%
Total		9,1%	35,5%	55,4%	100,0%

**Interpretación:**

La presente tabla cruzada nos indica que el 55.4% de la población encuestada considera que el ciberperiodismo se viene aplicando de forma eficiente en la red social TikTok, por lo que, tras la percepción positiva que se tiene de ambos, se ha concluido en que existe una correlación alta entre la percepción de eficiencia en ciberperiodismo y la



alta eficiencia de TikTok, teniendo una visión favorable de la eficiencia en ambos campos.

**Tabla 16 *Tabla cruzada del Ciberperiodismo e Identidad virtual***

**Tabla cruzada CIBERPERIODISMO \* IDENTIDAD VIRTUAL**

% del total		IDENTIDAD VIRTUAL			Total
		BAJA	MEDIA	ALTA	
CIBERPERIODISMO	INEFICIENTE	14,8%			14,8%
	REGULAR	19,4%	10,5%		29,8%
	EFICIENTE	4,0%	9,1%	42,2%	55,4%
Total		38,2%	19,6%	42,2%	100,0%

**Interpretación:**

La 55,4% de los encuestados en la presente tabla consideran el ciberperiodismo eficiente. Dentro de este grupo, el 4,0% percibe la identidad virtual como baja, el 9,1% como media y el 42,2% como alta. Esto sugiere que hay una tendencia significativa hacia la percepción positiva del ciberperiodismo y su relación con una alta identidad virtual. En general, los resultados muestran que las percepciones de eficiencia en ciberperiodismo y alta identidad virtual están correlacionadas de manera notable.

**Tabla 17 *Tabla cruzada del Ciberperiodismo y Comunidad Virtual***

**Tabla cruzada CIBERPERIODISMO \* COMUNIDAD VIRTUAL**

% del total		COMUNIDAD VIRTUAL	Total
-------------	--	-------------------	-------

		BAJA	MEDIA	ALTA	
CIBERPERIODISMO	INEFICIENTE	9,1%	5,6%		14,8%
	REGULAR	12,6%	8,6%	8,6%	29,8%
	EFICIENTE	1,6%	9,4%	44,4%	55,4%
Total		23,4%	23,7%	53,0%	100,0%

### Interpretación:

Dentro del grupo encuestado, se obtuvo como resultado que un 55,4%, considera el ciberperiodismo como eficiente, con un 1,6% que percibe la comunidad virtual como baja, un 9,4% como media y un 44,4% como alta, lo cual nos indica una fuerte tendencia a percibir tanto el ciberperiodismo como la comunidad virtual de manera positiva, sugiriendo una correlación significativa entre la alta eficiencia en ciberperiodismo y la percepción de una comunidad virtual igualmente eficiente. En general, los resultados muestran que las percepciones positivas en ciberperiodismo y comunidad virtual están estrechamente relacionadas.

**Tabla 18 Tabla cruzada del Ciberperiodismo y Popularidad**

**Tabla cruzada CIBERPERIODISMO \* POPULARIDAD**

% del total		POPULARIDAD			Total
		BAJA	MEDIA	ALTA	
CIBERPERIODISMO	INEFICIENTE	14,8%			14,8%
	REGULAR	9,9%	19,9%		29,8%
	EFICIENTE		4,3%	51,1%	55,4%
Total		24,7%	24,2%	51,1%	100,0%

### **Interpretación:**

Finalmente, un 55,4% de los encuestados, considera el ciberperiodismo eficiente. Dentro de este grupo, un 4,3% percibe la popularidad como media y un 51,1% como alta. Lo cual nos indica una fuerte correlación entre la percepción de eficiencia en ciberperiodismo y la alta popularidad, con una tendencia significativa hacia la percepción positiva en ambos aspectos. En general, los resultados indican que una visión positiva del ciberperiodismo está estrechamente relacionada con una alta popularidad.

## **3.2. Estadística inferencial**

### **3.2.1. Prueba de normalidad**

**Tabla 19 Prueba de normalidad de variables Ciberperiodismo y Red Social Tiktok**

	<b>Prueba de normalidad</b>					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
CIBERPERIODISMO	,222	372	,000	,854	372	,000
RED SOCIAL TIKTOK	,246	372	,000	,845	372	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

### **Interpretación:**

Se realizó la siguiente prueba con los datos obtenidos de una muestra de 372 alumnos. Según Galindo (2020), se debe utilizar la prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra de más de 50 personas, mientras que para muestras menores de 50 se recomienda la prueba de Shapiro-Wilk. Ante ello, se empleó la prueba de Kolmogorov-Smirnov, donde se evidencio un nivel de significancia de 0.000, inferior a 0.05. Esto indica

que, para el análisis respectivo de la hipótesis planteada, se procederá a emplear la estadística Rho de Spearman.

### 3.3. Prueba de hipótesis

#### Prueba de hipótesis general

H0: El ciberperiodismo no se relaciona de forma significativa con la red social Tiktok en jóvenes universitarios.

H1: El ciberperiodismo se relaciona de forma significativa con la red social Tiktok en jóvenes universitarios.

**Tabla 20 Prueba de hipótesis general**

		Correlaciones		
			RED SOCIAL	
			CIBERPERIODISMO	TIKTOK
Rho de Spearman	CIBERPERIODISMO	Coeficiente de correlación	1,000	,910**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	372	372
	RED SOCIAL TIKTOK	Coeficiente de correlación	,910**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	372	372

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

#### Interpretación:

El resultado obtenido mediante la evaluación de hipótesis utilizando la correlación Rho de Spearman revela una asociación positiva muy alta fuerte entre el ciberperiodismo y el uso de la Red Social TikTok, con un coeficiente de correlación de 0,910, los niveles

de actividad en el ciberperiodismo parecen estar vinculados estrechamente con los patrones de uso de TikTok entre los participantes del estudio. Por lo que, mediante los resultados obtenidos podemos concluir que el ciberperiodismo tiene una buena relación con el uso de la red social TikTok en los jóvenes universitarios, lo que sugiere que las plataformas de redes sociales, como TikTok, pueden estar desempeñando un papel influyente en cómo se consume y produce el contenido periodístico en línea.

### Prueba de hipótesis específica 1

H0: El ciberperiodismo no se relaciona de forma significativa con la identidad virtual en jóvenes universitarios.

H1: El ciberperiodismo se relaciona de forma significativa con la identidad virtual en jóvenes universitarios

**Tabla 21 Prueba de hipótesis específica 1**

		Correlaciones	
		CIBERPERIODISMO	IDENTIDAD VIRTUAL
Rho de Spearman	de CIBERPERIODISMO	1,000	,701**
	Coeficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	372	372
IDENTIDAD VIRTUAL	de CIBERPERIODISMO	,701**	1,000
	Coeficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	372	372

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

### Interpretación:

El resultado obtenido mediante la evaluación de hipótesis utilizando la correlación Rho de Spearman entre el ciberperiodismo y la identidad virtual revela una asociación moderadamente fuerte, representada por un coeficiente de correlación positiva alta de 0,701.

Lo cual nos muestra que existe una conexión significativa entre la participación en el ciberperiodismo y la construcción de la identidad virtual entre los participantes del estudio, así mismo, los resultados indican que la actividad en el ciberperiodismo está relacionada de manera significativa con la formación y expresión de la identidad en entornos virtuales.

### Prueba de hipótesis específica 2

H0: El ciberperiodismo no se relaciona de forma significativa con la comunidad virtual en jóvenes universitarios.

H1: El ciberperiodismo se relaciona de forma significativa con la comunidad virtual en jóvenes universitarios.

**Tabla 22 Prueba de hipótesis específica 2**

Correlaciones				
		COMUNIDAD VIRTUAL		
		CIBERPERIODISMO	VIRTUAL	
Rho de Spearman	CIBERPERIODISMO	Coeficiente de correlación	1,000	,770**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	372	372
	COMUNIDAD VIRTUAL	Coeficiente de correlación	,770**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.

N	372	372
---	-----	-----

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

### **Interpretación:**

El resultado dado mediante la evaluación de hipótesis utilizando la correlación Rho de Spearman entre el ciberperiodismo y la comunidad virtual revela una asociación fuerte, representada por un coeficiente de correlación positiva alta de 0,770.

Estos hallazgos indican que hay una conexión significativa entre la actividad en el ciberperiodismo y la percepción de comunidad virtual entre los participantes del estudio. Ante ello, los resultados evidencian que los niveles de participación o interacción en el ciberperiodismo están estrechamente vinculados con la percepción de comunidad virtual, lo que puede ser relevante para comprender cómo se forman y mantienen las comunidades en línea.

### **Prueba de hipótesis específica 3**

H0: El ciberperiodismo no se relaciona de forma significativa con la popularidad en jóvenes universitarios.

H1: El ciberperiodismo se relaciona de forma significativa con la popularidad en jóvenes universitarios.

**Tabla 23 Prueba de hipótesis específica 3**

<b>Correlaciones</b>				
		CIBERPERIODISMO		POPULARIDAD
Rho	de CIBERPERIODISMO	Coeficiente de	1,000	,849**
Spearman		correlación		
		Sig. (bilateral)	.	,000

	N	372	372
POPULARIDAD	Coeficiente de correlación	,849**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	372	372

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

### **Interpretación:**

Mediante la evaluación de hipótesis entre el ciberperiodismo y la popularidad, se ha revelado una fuerte asociación, indicada por un coeficiente de correlación positiva muy alta de 0,849.

Estos hallazgos sugieren que hay una conexión significativa entre la actividad en el ciberperiodismo y la percepción de popularidad entre los participantes del estudio. En resumen, los resultados indican que los niveles de participación o interacción en el ciberperiodismo están estrechamente vinculados con la percepción de popularidad, lo cual puede ser relevante para comprender cómo la actividad en el ciberperiodismo puede influir en la percepción de popularidad en línea.



#### IV. DISCUSIÓN

La presente investigación en cuestión tuvo como hipótesis general analizar la relación que existe entre el consumo de ciberperiodismo y el uso de la red social TikTok en jóvenes universitarios. Ante ello, se validó el instrumento mediante 3 expertos, los cuales evaluaron los ítems y establecieron, por medio de la relevancia, pertinencia y claridad, que el contenido del estudio es válido para poder ser aplicado.

Asimismo, se aplicó el coeficiente de la V de Aiken, con el fin de validar el instrumento. Luego del juicio de tres expertos, se realizó una prueba piloto con un pequeño grupo de jóvenes de pregrado de una universidad privada de San Juan de Lurigancho, mediante el cual se validó la confiabilidad, arrojando un Alfa de Cronbach altamente positivo, dando como resultado un instrumento confiable.

Por consiguiente, la investigación se sostiene bajo dos teorías comunicativas basándonos en cada variable empleada, teniendo como variable independiente “Ciberperiodismo” y variable dependiente “Uso de la red social TikTok”. Ante ello, el presente trabajo se sostiene bajo la teoría de los efectos limitados de Paul Lazarsfeld citada por Salaverria (2019), como la teoría que nos muestra la capacidad que posee el consumidor al poder seleccionar e interpretar los mensajes que son transmitidos por los medios bajo la percepción de cada individuo, así como, la selección de sus propios líderes de opinión con el fin de que estos puedan representar a la población y expandir sus intereses a nuevos horizontes. Así como también, la teoría de usos y gratificaciones de Katz, explicada por Bermejo (2021), como una teoría en la cual los consumidores con el tiempo van generando nuevas necesidades hacia los medios, los cuales, posteriormente, deben buscar cómo poder satisfacerlos.

Siendo aquello comprobado mediante el siguiente estudio, en el cual, se pudo evidenciar que actualmente existen medios comunicativos de fácil alcance y manejo, los cuales se encuentran siendo empleados con el fin de poder transmitir información

relevante para diversas comunidades, cubriendo las necesidades informativas de millones de individuos.

En lo que respecta a la **hipótesis general** se evaluó los resultados obtenidos en base al análisis de datos referentes al estudio realizado, mediante el cual se ha logrado evidenciar que el ciberperiodismo se relaciona positivamente con el uso de la red social TikTok en los jóvenes universitarios de pregrado de una universidad privada de San Juan de Lurigancho, presentándose los resultados mediante la prueba estadística de correlación Rho de spearman con un coeficiente de correlación =0,910; Sig (Bilateral) =0,000 ( $p \leq 0.05$ ); se ha rechazado la hipótesis nula, demostrando que existe una relación positiva entre el ciberperiodismo y el uso de la red social TikTok con el fin de incrementar el nivel de consumo de periodismo en los jóvenes actualmente, lo cual, nos da a entender que en la actualidad la red social TikTok se encuentra siendo sumamente relevante en nuestra sociedad, y que ya no es solo considerada como una red netamente de entretenimiento, si no que, esta puede ser empleada con diversos fines y obtener un gran apoyo gracias a la diversidad de comunidades que existen hoy en día en esta red, debido a los atractivos beneficios de uso que nos brinda.

Ante ello, cabe resaltar que los resultados obtenidos coinciden con lo comentado por Bermejo (2021) y Sanz (2021), quienes resaltan la importancia de adaptarse a las nuevas necesidades de consumo mediático con el fin de beneficiar a los consumidores cumpliendo sus nuevas exigencias. Resultando la plataforma en mención, la más calificada actualmente, tras los muchos beneficios que esta brinda, siendo está principal característica lo cual ha ocasionado una gran acogida por la audiencia, quienes se encuentran en búsqueda de mantenerse informados de una forma rápida, dinámica y entretenida, logrando cumplir con sus necesidades informativas mediante esta red social.

Con respecto a la **hipótesis específica 1**, se pudo determinar mediante los resultados plasmados en la prueba estadística de correlación Rho de spearman con una correlación = 0,701; sig. (Bilateral) =0,000 ( $p \leq 0.05$ ); por medio del análisis de datos, se evidencio una existente relación entre el ciberperiodismo y el desarrollo de la identidad

virtual en jóvenes universitarios, mediante el uso de la red social TikTok, concordando con lo mencionado Mendoza (2022), quien comenta que, debido a los diversos acontecimientos ocurridos en los últimos años, las personas se vieron en la necesidad de acudir a diversas plataformas comunicativas, las cuales podían satisfacer su necesidad de consumir contenido periodístico, conectando y participando activamente con los diversos generadores de contenido dentro de la red, construyendo y reforzando su identidad en la virtualidad.

Guardando semejanza con lo estudiado en la presente investigación, en la cual se determinó que el periodismo digital está relacionado a la formación y expresión de la identidad en un entorno virtual. Ante ello, se evidencia que los usuarios que participan de forma activa en el ciberperiodismo tienden a construir y reforzar su identidad virtual mediante esta actividad.

Por consiguiente, y de acuerdo con la **hipótesis específica 2** y mediante los resultados obtenidos tras los datos recopilados, se pudo determinar que el ciberperiodismo se relaciona de forma positiva con la comunidad virtual en jóvenes universitarios, por medio de la prueba estadística de correlación Rho de Spearman con una correlación = 0,770; sig. (Bilateral) = 0,000 ( $p \leq 0.05$ ). Se relaciona directamente con lo determinado por Arrieta y Rubio (2023), quienes hacen mención en la importancia de las comunidades virtuales en la participación e incremento del nivel de aceptación del contenido informativo en el país, generando un mayor número de participantes activos.

Coincidiendo con la relación positiva obtenida entre el ciberperiodismo y la comunidad virtual, bajo la perspectiva de los jóvenes universitarios encuestados. Mediante, lo cual, se visualiza que los niveles de participación en relación al periodismo digital se encuentran vinculados con la percepción e incremento de la comunidad virtual en dicha red, lo cual, nos ha ayudado a comprender que la interacción entre miembros de la comunidad influencia al interés de un mayor consumo de contenido periodístico, dejándonos en claro que actualmente, existe una gran comunidad virtual ciberperiodística

en dicha red, la cual está resultando principalmente activa por ese medio, siendo aquello, el reflejo del nivel de influencia que resulta de cada publicación generada.

En relación con la **hipótesis específica 3**, se pudo evidenciar mediante los resultados obtenidos tras la recopilación de datos que el ciberperiodismo se relaciona de forma positiva con la popularidad en jóvenes universitarios. La prueba estadística de correlación Rho de spearman con una correlación = 0,849; sig (Bilateral) =0, 000 ( $p \leq 0.05$ ). Guardando semejanza con lo comentado por Alonzo y Giacomelli (2021) y Narvaez y Sanchez (2022), quienes coinciden que la popularidad es un elemento sumamente indispensable la cual puede ser cuantificada mediante diversas características propias de las cuentas generadores de contenido en las redes sociales y/o plataformas transmisoras contenido, lo cual, ayuda a poder comprender su existo en la virtualidad.

Concordando con ello, el estudio de esta dimensión nos muestra que ciertamente si se puede obtener dichos resultados mediante la información de las cuentas generadoras de contenido en la virtualidad, resultando una de las más fácilmente evidenciables, la red social TikTok, en la cual, el consumidor puede visualizar el conteo de participación mediante las reacciones y comentarios dejados por los demás usuarios. Aquello ha resultado como un certificador de información relevante para los usuarios, ya que, gracias a la popularidad se puede llegar a la certificación de las cuentas mediante esta red, apareciendo extensamente en el para ti de mayor cantidad de usuarios y dirigiéndolos hacia este tipo de contenido.

## V. CONCLUSIONES

La presente investigación llegó a las siguientes conclusiones:

En relación al siguiente estudio, se pudo concluir que el ciberperiodismo se relaciona de forma significativa con la red social Tiktok en jóvenes universitarios, notando una fuerte correlación de 0,910, entre ambas variables, lo cual nos indica que la actividad entre el ciberperiodismo y el uso de la red social TikTok se encuentran estrechamente vinculadas, resultando sumamente relevante en nuestra sociedad debido a los grandes beneficios que esta plataforma se encuentra brindando a sus usuarios.

El ciberperiodismo se relaciona de forma significativa con la identidad virtual en jóvenes universitarios. Con una correlación de 0,701 se concluye que ambas variables se relacionan positivamente, tras determinar que los usuarios se encuentran participando activamente dentro de la plataforma tras la inminente necesidad de comunicar y ser escuchados, conectándose e identificándose entre ellos, siendo el reflejo de las nuevas formas de interacción que fomenta la web 4.0.

El ciberperiodismo se relaciona de forma significativa con la comunidad virtual en jóvenes universitarios, siendo demostrado por un alto nivel correlacional de 0,770, el cual evidencia el nivel de participación que tiene el periodismo digital con la comunidad virtual en la red social TikTok, por medio de la cantidad exponencial de usuarios pertenecientes a esta plataforma, siendo la percepción de los jóvenes encuestados la cual nos ha certificado el amplio nivel de aceptación y consumo de contenido informativo que se adquiere mediante este medio en la actualidad.

El ciberperiodismo se relaciona de forma significativa con la popularidad en jóvenes universitarios, debido al alto nivel de significancia, el cual, con un 0,849, muestra una relación positiva reflejada en el nivel de aceptación de las cuentas generadoras de contenido en la red por medio de los usuarios, lo cual, evidencia que actualmente el consumidor de dicha plataforma tiene una mayor participación mediante TikTok que por

medio de otras redes sociales, plataformas informativas y hasta medios de comunicación.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Con respecto a las recomendaciones se plantean las siguiente:

Se recomienda indagar más acerca de los beneficios que la red social TikTok nos puede brindar, con el fin de poder ayudar al crecimiento del consumo informativo en nuestro país, ya que, el vivir dentro de una sociedad más informada, nos permitirá tomar conciencia acerca de las muchas problemáticas que acontecen actualmente y trabajar en conjunto por su mejora.

Por consiguiente, también resulta indispensable explorar más acerca de las características del periodismo digital que influyen en la formación de la identidad virtual mediante esta red social, ya que esta red nos ha brindado una apertura de autoexpresión y creación significativa la cual debe seguir siendo aprovechada.

También cabe mencionar la importancia de continuar profundizando acerca de la influencia en la creación y fortalecimiento de las comunidades virtuales en dicha red, así como indagar acerca de los aspectos que el periodismo digital se encuentra fomentando mediante las comunidades virtuales de TikTok, con el fin de poder brindar las herramientas necesarias para un mayor desarrollo de estas comunidades y solidificarlas.

Finalmente, se promueve ahondar más acerca de los factores por los cuales la red social TikTok ha resultado tan popular entre sus millones de usuarios a nivel global, esto con el fin de poder comprender con mayor amplitud el porqué del éxito que ha tenido esta novedosa plataforma y pueda ser replicado en beneficio social.

## REFERENCIAS

- Arrieta C. y Rubio A. (2023). Periodismo de verificación en formato vertical: narrativas multimedia de los verificadores en TikTok. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*. Vol. N° 60 | PRIMAVERA 2023. URL: <https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/view/22877/20716>
- Bermejo Sánchez E. (2021). Impacto de la Red Social Tik Tok Como Medio de Comunicación desde el Confinamiento. [Tesis de Bachiller]. Universidad de Sevilla. URL: [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/126185/PER\\_BERMEJOS%  
NCHEZ\\_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/126185/PER_BERMEJOS%c3%81NCHEZ_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Bloomfield J. & Fisher M. (2019). Diseño de investigación cuantitativa. *Revista de la Asociación de Enfermeras de Rehabilitación de Australasia*, vol. 22, N° 2, agosto 2019, 27-30. URL: <https://search.informit.org/doi/abs/10.3316/INFORMIT.738299924514584>
- Chicchon Cercado B. y Vázquez Ramos A. (2022). Usos y gratificaciones y la red social TikTok en adolescentes de tercer grado de secundaria de la I.E.E. República Argentina, Chimbote – 2022. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Cesar Vallejo. URL: [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/105813/Chicchon\\_CBJ-Vasquez\\_RAE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/105813/Chicchon_CBJ-Vasquez_RAE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Cortez J. (2020). The webinar as a non-experimental research tool. Instituto de Investigaciones Agropecuarias y de Recursos Naturales. ISSN: 2519-9382. URL: <https://apthapi.umsa.bo/index.php/ATP/article/view/67/63>
- Cuellar Rivero R. y Turiño Gonzales E. (2021). Las limitaciones de las teorías normativas de la Opinión Pública en la realidad informativa y política del siglo



- XX y XXI. Reflexión política 23(48), pp. 70-79. URL: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8456698>
- Dawadi, S., Shrestha, S., & Giri, R. (2019). (2021). Mixed-Methods Research: A Discussion on its Types, Challenges, and Criticisms. Journal of Practical Studies in Education, 2(2), 25-36. URL: <https://oro.open.ac.uk/75449/1/Dawadi%2C%20Shreshta%20and%20Giri%202021.pdf>
- Días F. y García V. (2022). Hipertexto, multimedia e interactividad del ciberperiodismo. Question/Cuestión, Nro.71, Vol.3, abril. Url: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>
- Esteban Nieto N. (2018). Tipos de Investigación. Universidad Santo Domingo de Guzmán. URL: <http://repositorio.usdg.edu.pe/handle/USDG/34>
- Flores Rosales L. (2022). Adaptación de medios periodísticos: América Televisión Latina, RPP Noticias y Exitosa Noticias hacia la plataforma TikTok. [Tesis de Bachiller]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. URL: [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/660746/Flores\\_RL.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/660746/Flores_RL.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Galindo Pomahuacre R. (2019). Las redes sociales de internet y habilidades sociales con la convivencia escolar en los adolescentes. [Tesis de Doctorado]. Universidad Cesar Vallejo. URL: [file:///C:/Users/dhara/Downloads/Galindo\\_PRL%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/dhara/Downloads/Galindo_PRL%20(5).pdf)
- Gargate Nieto. M (2023). Efectos del uso de TikTok como medio informativo sobre skincare en jóvenes de Lima Metropolitana. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. URL:

[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/668672/Gate\\_NM\\_Resumen.pdf?sequence=18&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/668672/Gate_NM_Resumen.pdf?sequence=18&isAllowed=y)

Gordon B., Moakler R. & Zettelmeyer F. (2022) Close enough? a large-scale exploration of non-experimental approaches to advertising measurement. *Ciencias del marketing* vol. 42(4):768-793. URL: <https://doi.org/10.1287/mksc.2022.1413>

Hernández S. y Duana D. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA* Publicación semestral, Vol.9, No. 17(2020) 51-53. URL: <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/6019/7678>

Huamán López E. (2018). El ciberperiodismo y su relación con la calidad de información en los jóvenes de la carrera de periodismo, de un instituto privado de Ate, 2018. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Cesar Vallejo. URL: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/40160>

Marzal J. y Casero A. (2023). La nueva cultura visual en el entorno digital. *Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, Vol nº 26. 11-16. Url: <https://www.e-revistas.uji.es/index.php/adcomunica/article/view/7616/7790>

University Of Oxford (2023). Digital News Report 2023. Reuters Institute. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>

Mendoza Rosas D. (2022). El cambio de la forma de consumo de contenidos en redes sociales a partir del Tik Tok. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Nacional de Santa. URL: <://repositorio.uns.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14278/4066/52546.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Moakler R. y Zettelmeyer F. (2022). ¿Close Enough? A Large-Scale Exploration of Non-Experimental Approaches to Advertising Measurement. *Ciencias del marketing* 42(4). URL: <https://pubsonline.informs.org/doi/abs/10.1287/mksc.2022.1413>

Morduchowicz, R. (2012). *Los adolescentes y las redes sociales*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica de Argentina. URL: [https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=guyoEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=Morduchowicz,+R.+\(2012\).+Los+adolescentes+y+las+redes+sociales.+Buenos+Aires,+Argentina:+Fondo+de+Cultura+Econ%C3%B3mica+de+Argentina.&ots=bXeuKqF74j&sig=1HS7ULRQthkuVgAQhnTh-wFiRTA#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=guyoEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=Morduchowicz,+R.+(2012).+Los+adolescentes+y+las+redes+sociales.+Buenos+Aires,+Argentina:+Fondo+de+Cultura+Econ%C3%B3mica+de+Argentina.&ots=bXeuKqF74j&sig=1HS7ULRQthkuVgAQhnTh-wFiRTA#v=onepage&q&f=false)

Narváez Castro C, Sánchez Vargas L. (2022). *Ciberperiodismo en la Red Social: TikTok como herramienta de información periodística*. [Tesis de Bachiller]. Universidad Cesar vallejo. URL: [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](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)

Salaverría R. (2019). "Digital journalism: 25 years of research. Review article". *El profesional de la información*, v. 28, n. 1, e280101. URL: <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/56402/1/pdf.pdf>

Sánchez (2022). *Las cadenas de televisión españolas en el marco de las nuevas plataformas sociales: el periodismo en TikTok*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad de Valladolid URL: [https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/58610/TFG\\_F\\_2022\\_219.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/58610/TFG_F_2022_219.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Sanchez P, Marinho S. (2020). History of Journalism training in Spain and Portugal: a timeline with parallels and contrasts. Cuad.inf. [en línea]. 2020, n.47. URL: [https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2020000200107&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2020000200107&script=sci_arttext)
- Sidorenko P, Alonso N, Giacomelli F. (2021). Espacios de verificación en TikTok. Comunicación y formas narrativas para combatir la desinformación. Revista Latina de Comunicación Social, 79,87-113. URL: <https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/1468/3411>
- Sanz Naranjo S. (2021). TikTok, the new tool for journalism El Mundo, The Washington Post and Ac2ality. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Autónoma de Barcelona. URL: [https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2022/266720/TFG\\_Sanz\\_Naranjo\\_Sandra.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2022/266720/TFG_Sanz_Naranjo_Sandra.pdf)
- Otzen T. & Manterola C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. International Journal of Morphology., 35(1):227-232, 2017. URL: [http://www.intjmorphol.com/wp-content/uploads/2017/04/art\\_37\\_351.pdf](http://www.intjmorphol.com/wp-content/uploads/2017/04/art_37_351.pdf)
- Pandey P. & Pandey M. (2021). Research methodology: Tools and techniques. Redes inteligentes y energías renovables, Vol.13 No.6. URL: [https://www.scirp.org/\(S\(i43dyn45teexjx455qlt3d2q\)\)/reference/referencespapers.aspx?referenceid=3251532](https://www.scirp.org/(S(i43dyn45teexjx455qlt3d2q))/reference/referencespapers.aspx?referenceid=3251532)
- Pawar N. (2020). Type of Research and Type Research Design. Social Research Methodology, vol. 8 ( 1 ). URL: [https://www.researchgate.net/profile/Neelam-Pawar/publication/352055750\\_6\\_Type\\_of\\_Research\\_and\\_Type\\_Research\\_Design/links/60b72b1492851cde884a9d6d/6-Type-of-Research-and-Type-Research-Design.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Neelam-Pawar/publication/352055750_6_Type_of_Research_and_Type_Research_Design/links/60b72b1492851cde884a9d6d/6-Type-of-Research-and-Type-Research-Design.pdf)

- Perreault G. & Ferrucci P. (2020). What Is Digital Journalism? Defining the Practice and Role of the Digital Journalist. *Digital Journalist*. 8(10), 1298-1316. Url: [https://www.researchgate.net/publication/346920686\\_What\\_Is\\_Digital\\_Journalism\\_Defining\\_the\\_Practice\\_and\\_Role\\_of\\_the\\_Digital\\_Journalist](https://www.researchgate.net/publication/346920686_What_Is_Digital_Journalism_Defining_the_Practice_and_Role_of_the_Digital_Journalist)
- Rahman MS. (2017). The Advantages and Disadvantages of Using Qualitative and Quantitative Approaches and Methods in Language "Testing and Assessment" Research: A Literature Review. *Journal of Education and Learning*. Canadian Center of Science and Education. 10.5539/jel.v6n1p102. Url: <https://pearl.plymouth.ac.uk/bitstream/handle/10026.1/16598/EJ1120221.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Reales L. et. Al. (2022). El Muestreo Intencional No Probabilístico como herramienta de la investigación científica en carreras de Ciencias de la Salud. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(S5), 681-691. URL: <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/3338/3278>
- Ruiz Mallqui A. (2022). El Periodismo Digital en la Red Social Facebook del Distrito de Chancay 2022. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Cesar Vallejo. URL: [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/115309/Ruiz\\_MAH-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/115309/Ruiz_MAH-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Rojas Gamero G. (2020). Uso de la red social TikTok y habilidades sociales en jóvenes de 13 a 24 años del distrito Callao – Cercado, 2020. [Tesis de Bachiller]. Universidad Cesar Vallejo. URL: [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/65819/Rojas\\_GGS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/65819/Rojas_GGS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Stock F. et. Al (2019). Sampling techniques and preparation methods for microplastic analyses in the aquatic environment e A review. German Federal Institute of Hydrology, Am Mainer Tor 1, 56068 Koblenz, Germany. URL:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0165993618305673>

Trujillo (2022). La adaptación de los medios de comunicación tradicionales a las nuevas tecnologías: Caso TikTok. [Tesis de Bachiller]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. URL:

[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/661950/Trujillo\\_BM.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/661950/Trujillo_BM.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Vílchez Mendoza E. (2022). Análisis del comportamiento e interacción de los usuarios del diario La República en Tik Tok durante el mes de junio de 2022. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. URL:

[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/667928/Vilches\\_ME.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/667928/Vilches_ME.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

## ANEXOS

### Anexo 1. Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA								
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES			
<p><b>Problema general:</b></p> <p>¿Qué relación existe entre el consumo de ciberperiodismo y la red social TikTok en jóvenes universitarios?</p> <p><b>Problemas específicos:</b></p> <p>a. ¿Qué relación existe entre el ciberperiodismo y la identidad virtual en Tiktok en jóvenes universitarios?</p> <p>b. ¿Qué relación existe entre el ciberperiodismo y la comunidad virtual en Tiktok en jóvenes universitarios?</p> <p>c. ¿Qué relación existe entre el ciberperiodismo y la popularidad en Tiktok en jóvenes universitarios?</p> <p>-</p>	<p><b>General:</b></p> <p>Analizar la relación que existe entre el consumo de ciberperiodismo y la red social TikTok en jóvenes universitarios.</p> <p><b>Específicos:</b></p> <p>a. Identificar qué relación existe entre el ciberperiodismo y la identidad virtual para los jóvenes universitarios.</p> <p>b. Determinar qué relación existe entre el ciberperiodismo y la comunidad virtual para los jóvenes universitarios.</p> <p>c. Describir qué relación existe entre el ciberperiodismo y la popularidad para los jóvenes universitarios.</p>	<p>H.G: Existe una relación significativa entre el ciberperiodismo y la red social Tiktok en jóvenes universitarios.</p> <p>H1: Existe una relación significativa entre el ciberperiodismo y la identidad virtual en jóvenes universitarios.</p> <p>H2: Existe una relación significativa entre el ciberperiodismo y la comunidad virtual en jóvenes universitarios.</p> <p>H3: Existe una relación significativa entre el ciberperiodismo y la popularidad en jóvenes universitarios.</p>	Ciberperiodismo	*Hipertextualidad	Lineal No lineal			
				*Multimedialidad	Sonido Diseño			
				*Interactividad	Selección Participación			
			Uso de la Red Social Tik Tok				*Identidad Virtual	Nickname Vídeos Publicaciones
							*Comunidad Virtual	Interacción Interés Influencia
							*Popularidad	Seguidores Reacciones (likes) visibilidad

Anexo 2: Operacionalización de variables

**Tabla de Operacionalización de la variable 1: Ciberperiodismo**

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas	Niveles Rangos	y
Hipertextualidad	Lineal	1	(1) Nunca	Ineficiente	
	No lineal	2	(2) Casi nunca		
Multimedialidad	Sonido	3	(3) A veces	Regular	
	Diseño	4	(4) Casi siempre		
Interactividad	Selección	5	(5) Siempre	Eficiente	
	Participación	6			

**Tabla de Operacionalización de la variable 2: Red social TikTok**

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas	Niveles Rangos	y
Identidad virtual	Nickname	1	(1) Nunca	Baja	
	Videos	2			
	Publicaciones	3			
Comunidad virtual	Interacción	4	(2) Casi nunca	Media	
	Interés	5			
	Influencia Seguidores	6 7			
Popularidad	Reacciones	8	(4) Casi nunca	Alta	
	Visibilidad	9			
			(5) Siempre		



### Anexo 3: Instrumento de recolección de datos

N°	<b>V1: DIMENSIÓN 1: <u>HIPERTEXTUALIDAD</u></b>	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
	Resulta relevante que un generador de contenido vincule su información <b>lineal (Información cronológica)</b> , directamente con un medio tradicional, con el fin de certificar que la información brindada es verídica					
	Es confiable la información brindada mediante un generador de contenido de hipertextos con información <b>no lineal (Información no organizada)</b> , vinculados al video posteo en la red social TikTok.					
N°	<b>V1: DIMENSIÓN 2: <u>MULTIMEDIALIDAD</u></b>	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
	Es importante que la página del creador de contenido mantenga una línea de <b>diseño</b> para remarcar su identidad ante su comunidad.					
	Es relevante que los videos publicados por los creadores de contenido en la red social Tik Tok cuenten con una voz o <b>sonido</b> característico para identificar rápidamente la página.					
N°	<b>V1: DIMENSIÓN 3: <u>INTERACTIVIDAD</u></b>	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
	La implementación del periodismo a la red social Tik Tok ha generado una mayor <b>selección</b> de consumo periodístico en los jóvenes actualmente					
	La red social TikTok ha afianzado el lazo entre creador de contenido y consumidor, ejerciendo un vínculo en el cual los usuarios <b>participan</b> activamente y en mayor cantidad a diferencia de otras redes sociales.					
N°	<b>V2: DIMENSIÓN 1: <u>IDENTIDAD VIRTUAL</u></b>	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
	El contenido periodístico difundido mediante <b>videos</b> por la red social TikTok es relevante para la sociedad.					
	Las <b>publicaciones</b> constantes de un mismo creador de contenido periodístico hacen que sea más visitado por los usuarios.					
	Los <b>nickname</b> o nombre de usuario de los creadores de contenido influyen en los usuarios al momento de su elección del contenido a seguir.					
N°	<b>V2: DIMENSIÓN 2: <u>COMUNIDAD VIRTUAL</u></b>	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
	El contenido periodístico que se consume en la red social TikTok resulta de <b>interés</b> para los usuarios en la actualidad.					
	Las páginas de contenido periodístico en TikTok <b>influyen</b> en el surgimiento de nuevos creadores informativos en esta red.					
	<b>Interactúa</b> constantemente con el contenido que visita en la red social TikTok.					
N°	<b>V2: DIMENSIÓN 3: <u>POPULARIDAD</u></b>	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
	<b>Reacciona</b> frecuentemente con el contenido que visita en la red social TikTok.					
	Influye la cantidad de <b>seguidores</b> que tiene una página creadora de contenido periodístico al momento de elegir visitarla.					

	Las páginas de creadores de contenido de la red social TikTok son más confiables si sus videos tienen un mayor número de <i>visualización</i> .					
--	---	--	--	--	--	--

Anexo 4: Validación de instrumentos:

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: Escala de evaluación de Likert por Mg. Hugo Tupac Yupanqui Rocha.

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
<b>ASPECTOS DE VALIDACIÓN</b>		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Está formulado con un lenguaje apropiado														X							
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables														X							
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación											X										
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems											X										
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.											X										

6.Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																												
7.Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																												
8.Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores																												
9.Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																												

Lima, 26 de noviembre de 2023.

Mgr. : HUGO TUPAC YUPANQUI ROCHA

DNI : 40813168

Especialidad : MARKETING POLITICO

E-mail : Hugo.tupacyupanqui@gmail.com



FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: Escala de evaluación de Likert por Mg. Gladys Ferreyra Ugarte.

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado															X						
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables															X						
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación															X						
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																X					
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																X					



FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: Escala de evaluación de Likert por Mg. Paloma Barreto Velazco.

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Está formulado con un lenguaje apropiado																x					
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																	x				
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																	x				
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																x					
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																		x			





## Anexo 5: Evaluación por juicio de expertos



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, HUGO TUPAC YUPANQUI ROCHA con DNI N° 40813168 Magister en Marketing Político (se adjunta constancia SUNEDU), de profesión Licenciado en Periodismo desempeñándome actualmente como docente universitario en la Universidad Cesar Vallejo.

Por medio de la presente hago constar que he revisado la investigación de Dhara Sofia Aranguren Pimanchuro, denominada "Impacto de la red social TikTok Y Periodismo Digital en jóvenes universitarios" con fines de Validación los instrumentos:

#### LISTADO DE INSTRUMENTOS.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

INSTRUMENTO 01	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad			X		
2. Objetividad			X		
3. Actualidad			X		
4. Organización			X		
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia			X		
9. Metodología			X		

INSTRUMENTO 02	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad			X		
4. Organización			X		
5. Suficiencia			X		
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia			X		
9. Metodología			X		

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Lima a los 26 días del mes de noviembre del 2023

Dr/Mgr. HUGO TUPAC YUPANQUI ROCHA:  
DNI : 40813168  
Especialidad : MARKETING POLITICO  
E-mail : Hugo.tupacyupanqui@gmail.com



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Gladys Zoyla Ferreyra Ugarte con DNI N° 10511519 Magister en Comunicación social (se adjunta constancia SUNEDU), de profesión Licenciada en periodismo desempeñándome actualmente como docente en la universidad Cesar Vallejo.

Por medio de la presente hago constar que he revisado la investigación de Dhara Sofia Aranguren Pimanchuro, denominada "Impacto de la red social TikTok Y Periodismo Digital en jóvenes universitarios" con fines de Validación los instrumentos:

#### LISTADO DE INSTRUMENTOS.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

INSTRUMENTO 01	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad			X		
2. Objetividad			X		
3. Actualidad			X		
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia			X		
9. Metodología				X	

INSTRUMENTO 02	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Lima a los 29 días del mes de noviembre del 2023.

Dr/Mgr. Gladys Zoyla Ferreyra Ugarte  
DNI : 10511519  
Especialidad : Comunicación Social  
E-mail : gferreyrau@ucv.edu.pe



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, **Paloma Barreto Velasco** con **DNI N.º 74712258** Magister en Periodismo y Comunicación Multimedia (se adjunta constancia SUNEDU), de profesión Licenciada en Ciencias de la Comunicación desempeñándome actualmente como Jefa de prácticas en la UCV.

Por medio de la presente hago constar que he revisado la investigación de **Dhara Sofia Aranguren Pimichimo**, denominada: **"Impacto de la red social TikTok Y Periodismo Digital en jóvenes universitarios"** con fines de Validación los instrumentos:

#### LISTADO DE INSTRUMENTOS.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

INSTRUMENTO 01	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

INSTRUMENTO 02	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad			X		
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Lima a los 22 días del mes de noviembre del 2023.

Dr/Mgr. : Paloma Alexandra Barreto Velasco  
DNI : 74712258  
Especialidad : Periodismo y comunicación  
multimedia  
E-mail : palomabarretoprensa@gmail.com

## Anexo 6: Modelo de consentimiento informado Ucv

### **Consentimiento Informado**

**Título de la investigación:** Relación del Ciberperiodismo y el uso de la Red Social TikTok en Jóvenes Universitarios, Lima, 2023.

Tenga usted buenos días. Mi nombre es Dhara Sofia Aranguren Piminchumo, soy tesista de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Cesar Vallejo. Dentro de mi proceso formativo estoy desarrollando la presente investigación que tiene por finalidad optar el grado de Bachiller en Comunicaciones. La investigación está dirigida a un grupo de jóvenes universitarios del distrito de San Juan de Lurigancho, y consiste en certificar. Ambas pruebas se desarrollarán en un determinado momento. El tiempo de los mismos no debería exceder los 15 minutos.

Le indico que la participación en esta investigación no le provocará algún perjuicio, de ninguna manera los valores obtenidos en dichas pruebas ni su no participación en la investigación lo afectarán de forma alguna. Por otro lado, al finalizar la investigación, compartiré con usted de forma personal los resultados de ambas evaluaciones. No se le brindará algún beneficio económico.

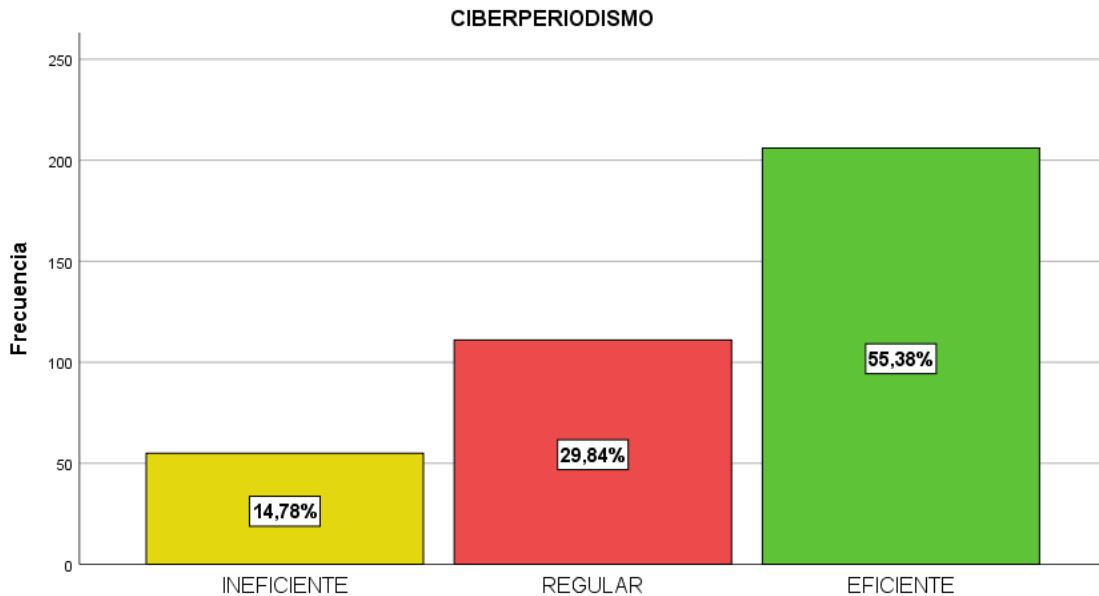
La participación en esta investigación es voluntaria, puede incluso retirarse de la misma luego de haber aceptado inicialmente realizar las pruebas, sin la necesidad de dar alguna explicación. Todos los datos obtenidos serán manejados exclusivamente por mí y los codificaré para que no se pierda la confidencialidad de los mismos; asimismo, no se realizarán otras investigaciones diferentes a lo detallado en este documento.

Si tuviera alguna duda adicional, puede comunicarse conmigo al correo electrónico: [daranguren@ucvvirtual.edu.pe](mailto:daranguren@ucvvirtual.edu.pe), que estaré gustosa de poder contestarle.

## Anexo 7: Frecuencia de variables

### Figura 1

*Frecuencia variable Ciberperiodismo*

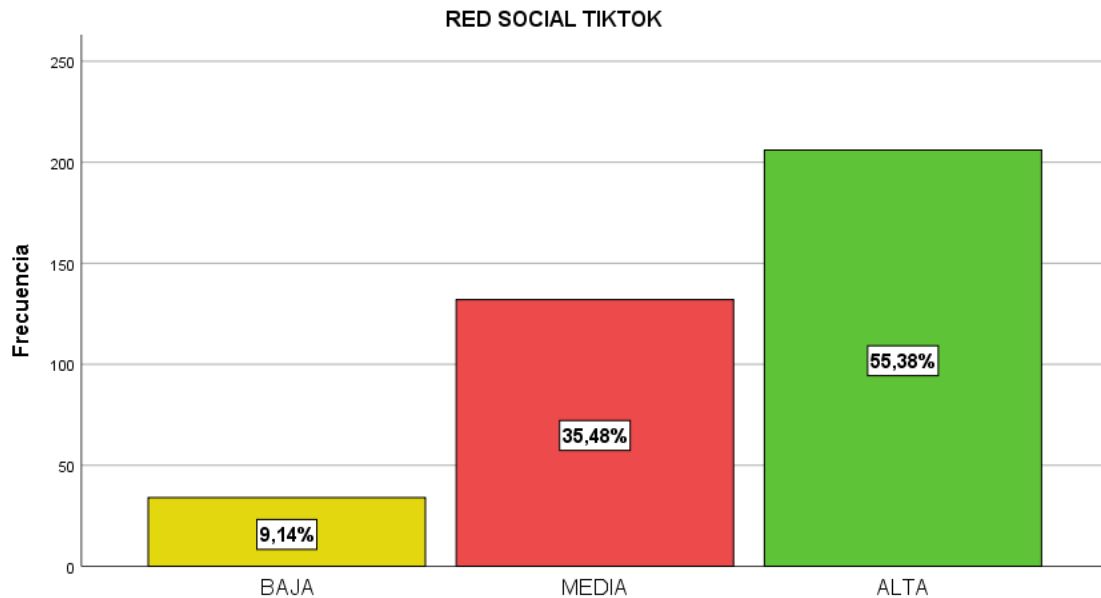


### Interpretación

Según el gráfico obtenido en base a los resultados recopilados, podemos afirmar que el ciberperiodismo es fundamental en la formación de alumnos de pregrado, ya que les proporciona habilidades técnicas, comprensión de la interactividad en línea, y conciencia ética necesarias para tener éxito en la industria de los medios de comunicación contemporánea, por lo cual es representado de forma eficiente en un 55,38%.

## Figura 2

*Frecuencia variable Red Social Tiktok*



### **Interpretación:**

Según el gráfico obtenido en base a los resultados recopilados, podemos afirmar que el uso de TikTok entre alumnos de pregrado es importante porque fomenta la creatividad, el aprendizaje informal y la exploración de nuevas formas de comunicación en un entorno digital relevante, representado en los