



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE COMUNICACIONES

**PROGRAMA ACADÉMICO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y
MEDIOS INTERACTIVOS**

**La competencia mediática en TikTok: Valoración de estudiantes de
Comunicación Audiovisual**

TESIS

**Para optar el título profesional de Licenciado en Comunicación Audiovisual y Medios
Interactivos**

AUTOR(ES)

Libon Cumpa, Anthony Abelardo

0000-0002-0286-4158

ASESOR(ES)

Vite León, Victor Omar

0000-0002-0206-5858

Lima, 11 de julio de 2023

RESUMEN

La competencia mediática es la habilidad para comprender y valorar críticamente los medios mediante dimensiones. Entre ellas, se encuentran el lenguaje, tecnología, recepción e interacción, ideología-valores, producción-difusión y estética. De esta forma, TikTok es una de las redes sociales más populares a nivel mundial. Entre sus funciones, permite crear contenido, usar herramientas de edición, reaccionar, interactuar y viralizar videos dentro de la misma aplicación. En ese sentido, la presente investigación pretende analizar cómo evalúan los estudiantes de Comunicación Audiovisual de una universidad privada de Lima Metropolitana la competencia mediática de los usuarios de TikTok. Se realizó una investigación de tipo cualitativo con el instrumento guía de entrevista. Los resultados concluyeron que los 15 estudiantes de comunicación audiovisual de dicha casa de estudios reconocen que TikTok es una red social innovadora para los usuarios, ya que cumple con los estándares tecnológicos, interactivos, estéticos y productivos. Finalmente, la definen como una herramienta de información eficiente y de fácil distribución para la investigación académica.

Palabras clave: Competencia mediática, TikTok, Comunicación audiovisual, Usuarios de TikTok, Estudiantes.

Media competence in TikTok: Assessment of Audiovisual Communication students

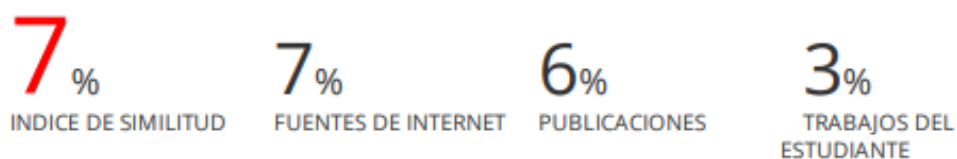
ABSTRACT

Media literacy is the ability to critically understand and appraise media through dimensions. Among them are language, technology, reception and interaction, ideology-values, production-dissemination and aesthetics. In this way, TikTok is one of the most popular social networks worldwide as it allows you to create content, use editing tools, react, interact and viralize videos within the same application. In this sense, this research aims to analyze how Audiovisual Communication students from a private university in Metropolitan Lima evaluate the media competence of TikTok users. For this reason, a qualitative investigation was carried out with the interview guide instrument. Finally, the results concluded that the 15 audiovisual communication students from a private university in Metropolitan Lima recognize that TikTok is an innovative social network for users, since it meets technological, interactive, aesthetic, and productive standards. Finally, it is an efficient and easily distributed information tool for academic research.

Keywords: Media competence, TikTok, Audiovisual communication, TikTok Users, Students.

N°6532_La competencia mediática en TikTok: Valoración de estudiantes de Comunicación Audiovisual

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	1 %
2	repositorio.usil.edu.pe Fuente de Internet	1 %
3	communitools.com Fuente de Internet	1 %
4	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	1 %
5	repositori.upf.edu Fuente de Internet	1 %
6	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
7	datospdf.com Fuente de Internet	<1 %
8	www.revistacomunicar.com Fuente de Internet	<1 %
9	upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet	

TABLA DE CONTENIDOS

1	Introducción	1
2	Metodología	4
3	Resultados	7
3.1	Lenguaje	8
3.2	Tecnología	9
3.3	Recepción e interacción	10
3.4	Estética	11
3.5	Ideología y valores	12
3.6	Producción y difusión	15
4	Discusión	16
5	Conclusiones	18
6	Referencias	19
7	Anexos	19