



#### IV. Alfabetización mediática y formación de profesores

### Tesis sobre alfabetización mediática en Perú durante la pandemia del COVID-19

Thesis on media literacy in Peru during the COVID-19 pandemic

**Alejandro Núñez-Alberca**

Universidad de Lima, Perú  
aalbercad@gmail.com

**Julio-César Mateus**

Universidad de Lima, Perú  
jmateus@ulima.edu.pe

### Resumen

Este trabajo presenta el estado de las investigaciones empíricas que incorporan en sus marcos teóricos los conceptos de alfabetización mediática, alfabetización digital, competencia mediática y/o competencia digital en Perú entre 2020 y 2021. A partir de una revisión sistemática de las tesis publicadas en el repositorio nacional de trabajos de investigación (RENATI), se concluye la predominancia de instrumentos de autopercepción para medir la alfabetización mediática, así como un interés predominante por estudiar esta variable en el nivel de educación secundaria y en instituciones ubicadas en la capital del país.

### Abstract

This paper presents the state of empirical research that incorporates into its theoretical frameworks the concepts of media literacy, digital literacy, media competence and/or digital competence in Peru between 2020 and 2021. From a systematic review of the theses published in the national repository of research papers (RENATI), we found a predominance of self-perception instruments to measure media literacy, as well as a strong interest in studying this variable at the secondary education level and in institutions located in the country's capital city.

### Palabras clave / Keywords

Alfabetización mediática; competencia mediática; alfabetización digital; competencia digital; COVID-19; Perú.

Media literacy; media competence; digital literacy; digital competence; COVID-19; Peru.

---

## 1. Introducción

Desde la educación mediática se critica usualmente que «los procesos de enseñanza-aprendizaje se desarrollan desconectados de los cambios que se van produciendo en la sociedad o van detrás de estos» (Aguaded et al., 2021: 9). Por lo tanto, insistir en promover conceptos de alfabetización en medios resulta prioritario en todos los niveles (UNESCO, 2021).

Si bien el Ministerio de Educación del Perú (2017) ya había incluido un componente TIC en el Currículo Nacional desde el 2017, el contexto de la pandemia provocada por el COVID-19 confirmó la urgencia de poner en relieve la competencia digital y la alfabetización mediática en la agenda educativa local.

Una evidencia de ese interés se puede hallar en el incremento de la producción científica vinculada a temas de tecnología y educación. No obstante, esta amplitud resulta difícil de sistematizar por la dispersión conceptual evidente en los títulos, las palabras y los marcos teóricos. En ese sentido, Wuyckens et al. (2021) argumentan que el aumento de trabajos de investigación que abordan cuestiones de «alfabetización», diversifica y hace más vaga su conceptualización al ampliar el espectro de medios de comunicación a los que se incluye. Así, se traslapan o intercambian menciones a lo mediático, lo informacional y lo digital, lo multimodal o transmedial, y nociones como multiliteracidad y metaliteracidad. Por su parte, Gallado-Echenique (2013) ya señalaba la diversidad de los términos afines a la competencia digital, muchos de ellos comprendidos como un elemento clave al interior de un proceso más amplio de alfabetización que trasciende el manejo de aparatos tecnológicos.

Además, los métodos de análisis también han sido puestos en cuestión. La dificultad para medir la competencia mediática se hace evidente por la predominancia de instrumentos de autopercepción, cuyos resultados pueden diferir de las capacidades reales de los docentes (Mateus et al., 2019) y la autopercepción apriorística por parte del docente no parece suficiente para medir su grado de alfabetización, mediática o digital.

Turpo-Gebera (2020) advirtió en una revisión sistemática de tesis peruanas una tendencia creciente en estas materias previo al COVID-19, sobre todo a nivel de posgrado y regionalmente centrado en el predominio de universidades limeñas. Finalmente, concluyó que las alfabetizaciones, informacional y mediática, aún son vistas de manera diferenciada y, sobre todo, instrumental.

## 2. Metodología

Proponemos una revisión sistemática de los trabajos de investigación para obtener un grado académico (tesis)<sup>1</sup> producidas en Perú entre los años 2020 y 2021 y que abordan explícitamente los conceptos de competencias o alfabetización mediática o digital.

El objetivo de este análisis es conocer el estado de las investigaciones empíricas sobre este tema para describir sus características y vacíos en torno a los siguientes ejes: regiones del país en donde se producen, disciplinas y niveles académicos a los que pertenecen, el enfoque metodológico y los instrumentos utilizados en su elaboración, así como el nivel educativo de las poblaciones estudiadas.

Para ello, se tomó como universo aquellos documentos publicados en el Registro Nacional de Trabajos de Investigación (RENATI). Los criterios de selección de la muestra fueron: 1) que sean tesis desarrolladas en alguna institución educativa peruana; 2) que utilicen en sus títulos, resúmenes o palabras clave alguno de los siguientes términos: competencia mediática, alfabetización mediática, competencia digital o alfabetización digital; 3) que sean trabajos empíricos; 4) que la población del estudio corresponda a alumnos, docentes o padres y madres de familia de algún nivel educativo básico (inicial, primaria o secundaria); y 5) que hayan sido publicados entre enero de 2020 y setiembre de 2021, coincidiendo con el periodo de emergencia sanitaria establecido por el gobierno peruano.

De 42 tesis identificadas, cuatro fueron excluidas por estar embargadas (no disponibles públicamente en el repositorio). Así, la muestra final está constituida por 38 trabajos (Anexo: <https://figshare.com/s/b4e9341ada8938bc0d2b>). El análisis se realizó de manera cuantitativa usando como códigos los ejes de análisis descritos en el objetivo.

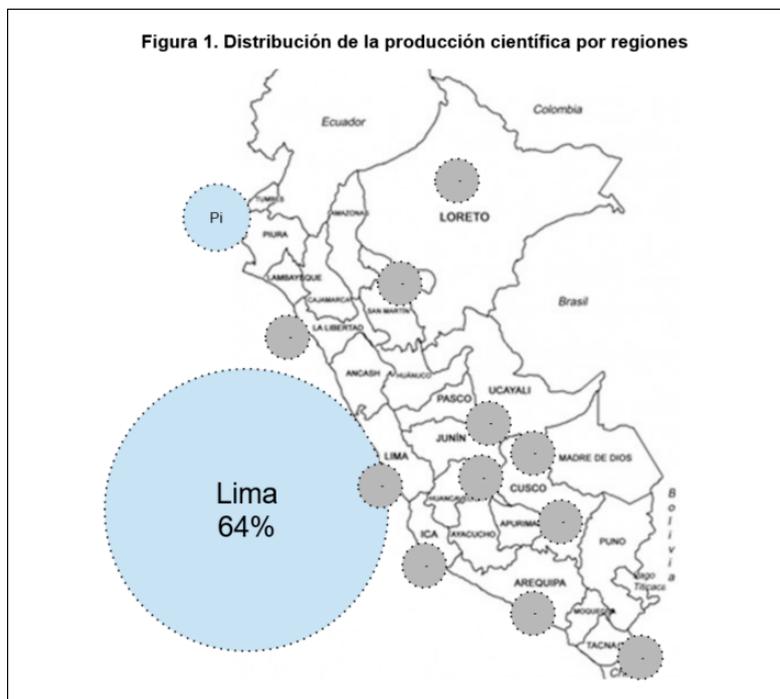
### 3. Resultados

#### 3.1. Clasificación conceptual

Del total de trabajos de investigación revisados, el 84,2% presenta el concepto de «competencia digital» como eje central, el 10,5% hace uso de «alfabetización digital», solo el 5,3% opta por «competencia mediática», y ninguno emplea la «alfabetización mediática».

#### 3.2. Segmentación por regiones

La tendencia principal entre las tesis es que sean estudios de caso en regiones (Figura 1). Solamente dos trabajos rompen este patrón y comparan muestras interregionales. En el primer caso, Barboza-Irigoín (2020) evalúa dos instituciones educativas de nivel inicial en las regiones de Cajamarca y Lambayeque; en el segundo, Goicochea-Inuma (2020) incorpora una muestra con docentes de 12 regiones. Las otras 36 tesis alcanzan a cubrir 13 de las 25 regiones de Perú, siendo Lima la dominante con 23 estudios de caso (64%).



---

### **3.3. Disciplinas en las que se producen**

Del total de tesis analizadas en función de las disciplinas, el 42,1% de la muestra corresponde a la disciplina de «Administración de la Educación» y proceden de la misma institución: la Universidad César Vallejo, de las cuales una se realizó en La Libertad, dos en Piura y las trece restantes en Lima. Por su parte, el 28,94% se ubica dentro de la disciplina «Educación», ya sean trabajos de maestría (7 tesis) o doctorado (4 tesis). El resto proviene de otros campos disciplinares afines como «Psicología educativa» (5,26 %), «Ciencias de la Educación», «Educación inicial», «Tecnología educativa», «Docencia Universitaria» e «Integración e Innovación educativa en TIC» (2,63% en cada caso). Otras disciplinas desde las que se elaboraron los trabajos de investigación son las de «Gestión pública», «Psicología», «Ciencias sociales» y «Comunicación social» (2,63% en cada caso).

### **3.4. Nivel académico**

Del total de nuestra muestra, 31 trabajos son tesis de maestría (81,6%), mientras que cuatro corresponden a trabajos de doctorado (10,5%). Solo se registraron dos tesis de licenciatura (5,3%), y una para la obtención del grado de bachiller (2,6%).

### **3.5. Enfoque e instrumentos de investigación**

En lo referido al tipo de investigación, 34 de las tesis optan por un enfoque cuantitativo (89,5%), tres son cualitativas (7,9%), y hubo una tesis con enfoque mixto (2,6%).

Del total, el 89,5% utiliza una sola técnica de investigación, mientras que el 10,5% restante apuesta por una combinación de más de una. En cuanto a los instrumentos usados, identificamos un total de 44 instrumentos diferentes divididos de la siguiente manera: 32 son cuestionarios (72,7%), 4 son guías de entrevista (9,1%), la misma cantidad son fichas de observación (9,1%), y tres tesis optan por utilizar tests de conocimientos (6,8%). Una de las tesis, además, complementa su estudio con una revisión sistemática de documentos oficiales (2,3%).

### **3.6. Procedencia de los instrumentos: adaptados o propios**

Los instrumentos de investigación pueden dividirse en propios (originales o creados ad-hoc) y adaptados (procedentes de otros autores). El 52,6% emplea instrumentos adaptados, mientras que 39,5% son propuestas originales. En el 7,9% de la muestra, los investigadores no señalan explícitamente ser los autores del instrumento ni haberlos adaptado.

### **3.7. Tamaños de las poblaciones**

Hemos dividido el análisis de las muestras y sus tamaños según su tipo de enfoque.

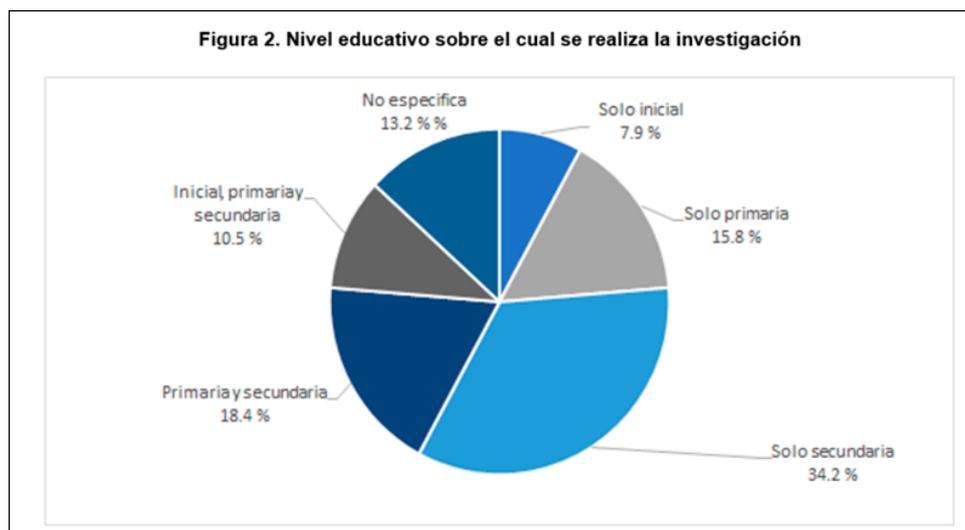
En el 7,9% de los trabajos cualitativos se trabaja con muestras que van desde las 3 hasta

las 25 personas; en el único estudio de enfoque mixto, el de Loza-Arista (2020), la muestra la constituyen 10 estudiantes de primaria.

En cuanto al universo de los estudios cuantitativos, conformado por 34 tesis, el 35,3% emplea un muestreo no probabilístico, mientras que 20,6% lo conforman tesis con muestreo probabilístico. Por su parte, 35,3% de las tesis trabaja con una población censal, y el 8,8% no especifica el proceder de su muestreo.

### 3.8. Nivel educativo donde desarrolla el trabajo de campo

Sobre las tendencias al momento de delimitar el nivel educativo donde se desarrollan las investigaciones (Figura 2), mayoritariamente se usa poblaciones del nivel escolar secundario (34,2%). Entre tanto, 15,8% se enfoca exclusivamente en el nivel primaria, y apenas 7,9% en el nivel inicial. No obstante, el 10,5% de la muestra engloba los 3 niveles educativos, y el 18,4% aborda primaria y secundaria. Resulta importante advertir que el 13,2% de la muestra no especifica el nivel educativo con el que trabaja.



## 4. Discusión y conclusiones

Como advierten Wuyckens et al. (2021) resulta problemática la confusión entre las dimensiones constitutivas de las diversas alfabetizaciones. Las tesis analizadas en este estudio se centran sobre todo en la «competencia digital» y ninguna en la «alfabetización mediática», que consideramos un concepto más integrador que el primero. En ese sentido, son evidentes las dificultades para trabajar en torno a un marco teórico común a pesar de que los trabajos abordan los mismos objetos de estudio.

Esto podría explicar, además, la vinculación directa que tiene la conceptualización teórica con respecto a la metodología planteada, en el sentido de que la competencia digital parece derivar en el uso de cuestionarios de orden más técnico o autoperceptivo que omiten otras

---

dimensiones del fenómeno educomunicativo (Mateus et al., 2019). Una de las tesis (Quispe-Cárdenas, 2021) pidió a los estudiantes de secundaria que evalúen la competencia digital de sus profesores, lo cual representa una forma interesante de salir de la autopercepción, aunque no del contexto subjetivo de la evaluación. Sigue pendiente el reto de no limitarnos al método autoperceptivo, así como insistir en la rigurosidad metodológica (teniendo en cuenta que casi un 8% de las tesis no revela ni justifica el origen de los instrumentos que usan).

Es notoria la predominancia de los estudios de maestría, que puede explicarse por el grado de especialización de este nivel educativo. El hecho de que un programa de posgrado (en nuestro caso, la Maestría en Administración de la Educación de la Universidad César Vallejo) incluya una asignatura específica que aborde estos temas (en este caso, la de «Tecnología e Innovación en la Educación»), la convierte en un foco importante de producción científica en el país en lo que refiere a la competencia digital.

Los resultados dan cuenta de un interés particular en trabajar con poblaciones escolares de secundaria, indistintamente de si la muestra la conforman estudiantes, docentes o familias. Sí llama la atención que los instrumentos que se administran a docentes, sin importar el nivel educativo en el que trabajen, sea el mismo, porque nos lleva a presumir que los profesionales de la educación han de manejar un mismo número de competencias, indistintamente del nivel educativo en el que laboren, lo cual es discutible dadas las necesidades particulares de cada uno.

En suma, este trabajo da pistas sobre la forma como se viene abordando el tema de las competencias o alfabetizaciones mediáticas o digitales en Perú en el contexto pandémico. Asimismo, nos invita a explorar de forma más profunda y crítica la manera como se conceptualizan y operacionalizan estos términos, así como los resultados obtenidos, para alentar debates rigurosos sobre su aplicación en cada contexto (Wuyckens et al., 2021).

## Notas

<sup>1</sup> En Perú se denominan «tesis» a los trabajos de investigación para optar por cualquier grado o posgrado (másteres y doctorados).

## Referencias

- Aguaded, I., Jaramillo-Dent, D., & Delgado-Ponce, A. (2021). *Currículum Alfamed de formación de profesores en educación mediática*. Octaedro. <https://bit.ly/3l5cVCa>
- Barboza-Irigoín, L. (2020). *Competencia mediática en niños de cinco años de una institución educativa pública y una privada en el Perú, 2019*. [Degree Dissertation, Universidad César Vallejo]. Repositorio digital institucional de la Universidad César Vallejo. <https://bit.ly/3xoa0ZL>
- Gallado-Echenique, E. (2013). Competencia digital: revisión integradora de literatura. *Academicus. Revista de Ciencias de la Educación*, 1(3), 56-62. <https://bit.ly/3xorJ3iç>
- Goicochea-Inuma, K. (2020). *Competencia digital y autoeficacia en el uso de TIC de docentes de primaria*. [Master Dissertation, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio digital de tesis y trabajos de investigación PUCP. <https://bit.ly/3HIUUbl>
- Loza-Arista, L. (2020). *La realización audiovisual por niños de 10 a 11 años y la generación de competencia mediática: El caso de la I.E. 0501 Monseñor Dámaso Lebergere (AH Cerro El Pino)*. [Degree Dissertation, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Cybertesis. <https://bit.ly/3tzCEGh>

- 
- Mateus, J.C., Andrada, P., & Ferrés, J. (2019). Evaluar la competencia mediática: Una aproximación crítica desde las perspectivas pedagógica, política y metodológica. *Revista de Comunicación*, 18(2), 287-301. <https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-A14>
- Ministerio de Educación del Perú (2017). *Currículo Nacional de Educación básica*. MINEDU. <https://bit.ly/2IIGbkW>
- Quispe-Cárdenas, M. (2021). *Competencia digital docente y rendimiento académico de comunicación del 5° de secundaria de la I.E.P Leonard Euler – Ate, 2021*. [Master Dissertation, Universidad César Vallejo]. Repositorio digital institucional de la Universidad César Vallejo. <https://bit.ly/3NSE6LZ>
- Turpo-Gebera, O. (2020). Alfabetización mediática e informacional y formación del profesorado peruano. In I. Aguaded & A. Vizcaíno-Verdú (Eds.), *Redes sociales y ciudadanía: Hacia un mundo ciberconectado y empoderado*. Grupo Comunicar Ediciones. <https://bit.ly/3MIGinS>
- UNESCO (Ed.) (2021). *Media and Information Literate Citizens: Think Critically, Click Wisely!* UNESCO. <https://bit.ly/2SSynOr>
- Wuyckens, G., Landry, N., & Fastrez, P. (2021). Untangling media literacy, information literacy, and digital literacy: a systematic meta-review of core concepts in media education. *Journal of Media Literacy Education*. [Pre-Print]. <https://bit.ly/3QkF0Ta>

# REDES SOCIALES Y CIUDADANÍA

## CIBERCULTURAS PARA EL APRENDIZAJE

*Editores*

Ignacio Aguaded  
Arantxa Vizcaíno-Verdú  
Ángel Hernando-Gómez  
Mónica Bonilla-del-Río

# REDES SOCIALES Y CIUDADANÍA: CIBERCULTURAS PARA EL APRENDIZAJE

Colección *Redes sociales y ciudadanía*  
N. 2 *Ciberculturas para el aprendizaje*  
Primera Edición, octubre 2022

## Editores

Ignacio Aguaded  
Arantxa Vizcaíno-Verdú  
Ángel Hernando-Gómez  
Mónica Bonilla-del-Río

## Comité Científico

Dr. Ángel Hernando-Gómez  
Dr. Octavio Islas  
Dra. Paula Renés-Arellano  
Dr. Abel Suing  
Dr. Marco López-Paredes  
Dr. Diana Rivera-Rogel  
Dr. Julio-César Mateus  
Dr. Osbaldo Turpo-Gebera  
Dra. Patricia de-Casas-Moreno  
Dr. Antonio-Daniel García-Rojas  
Dra. Natalia González-Fernández  
Dra. Antonia Ramírez-García  
Mg. Sabina Civila  
Mg. Rigliana Portugal  
Mg. Mónica Bonilla-del-Río  
Mg. Arantxa Vizcaíno-Verdú  
Mg. Odiel Estrada-Molina

Grupo  
**Comunicar**  
Ediciones

**AlfaMed**



*Esta publicación no puede ser reproducida, ni parcial ni totalmente, ni registrada en/o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni formato, por ningún medio, sea mecánico, fotocopiado, electrónico, magnético, electroóptico o cualquier otro, sin el permiso previo y por escrito de la editorial.*

## Patrocinan



Universidad  
de Huelva

Depósito Legal: H 325-2022  
ISBN: 978-84-937316-9-4  
ISSN 2952-1629  
DOI: <https://doi.org/10.3916/Alfamed2022>

## DERECHOS RESERVADOS © 2022 de esta edición:

Grupo Comunicar Ediciones  
Mail box 527. 21080 Huelva (España)  
Administración: [info@grupocomunicar.com](mailto:info@grupocomunicar.com)  
Director: [director@grupocomunicar.com](mailto:director@grupocomunicar.com)  
[www.grupocomunicar.com](http://www.grupocomunicar.com)

Diseño: *Arantxa Vizcaíno-Verdú*  
Traducción inglés: *Emily Rookes*

Impreso en *Estigraf*, Madrid (España)



Este trabajo se ha elaborado en el marco de Alfamed (Red Euroamericana de Investigación en Competencias Mediáticas para la Ciudadanía), con el apoyo del Proyecto I+D+i (2019-2021), titulado «Youtubers e Instagrammers: La competencia mediática en los prosumidores emergentes», con clave RTI2018-093303-B-I00, financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de España y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), y del Proyecto I+D+i (2020-2022), titulado «Instagrammers y youtubers para el empoderamiento transmedia de la ciudadanía andaluza. La competencia mediática de los instatubers», con clave P18-RT-756, financiado por la Junta de Andalucía en la convocatoria 2018 (Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación, 2020) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).



Con el sugerente título de «Redes sociales y ciudadanía. Ciberculturas para el aprendizaje» presentamos en este texto una ingente obra colectiva de investigaciones, propuestas, reflexiones, estudios y proyectos en el emergente ámbito de la educación mediática.

Con 151 capítulos de 298 autores únicos se ofrece una panorámica general en un mundo postpandemia global con un análisis poliédrico del complejo entramado educocomunicativo que vivimos. Educadores, comunicadores y educocomunicadores, así como profesionales de los más diversos ámbitos de las ciencias sociales abordan aproximaciones complejas, apegadas a la práctica, sobre la sociedad actual, no solo haciendo una radiografía, más o menos amplia, sino también realizando propuestas educocomunicativas que mejoren los parámetros de convivencia con los medios.

Presentamos en el texto aportaciones de 17 países euroamericanos, que conforman la Red de investigadores Alfamed con un amplio número de trabajos: Perú (104), España (59), Ecuador (25), Brasil (23), México (21), Chile (18), Colombia (18), Bolivia (5), Italia (4), Costa Rica (4), Cuba (4), Argentina (4), Paraguay (3), Portugal (2), República Dominicana (2), Uruguay (1), y Eslovaquia (1).

Esta obra enciclopédica que conforma la tercera de la Colección Alfamed del Grupo Comunicar Ediciones se subdivide en siete grandes bloques temáticos: I. Prosumers (Instagrammers, youtubers y tiktokers), II. Redes sociales y escuela, III. Ciberciudadanía, ética y valores, IV. Alfabetización mediática y formación de profesores, V. Audiencias y ciberconsumo crítico, VI. Democratización y comunicación alternativa, y VII. Nuevas tendencias: fake news, datificación...



Grupo Comunicar Ediciones **AlfaMed**



Universidad de Huelva