



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

### Educomunicación y formación para el futuro: Una asignatura pendiente

Educommunication and training for the future:  
A pending subject

Javier Marzal-Felici  
Universitat Jaume I, España  
marzal@uji.es

### Resumen

Se subraya la relevancia del análisis crítico de las imágenes como parte de la estrategia necesaria para combatir las «fake news» y la actual «dieta mediática». A continuación, se valora la reciente reforma educativa de los niveles no universitarios, aprobada por el gobierno de España en 2022, que presenta importantes carencias en educación mediática. En tercer lugar, se exponen algunos casos de éxito en Europa, con la estrecha colaboración de los medios de comunicación públicos. Finalmente, se presenta la Cátedra RTVE «Cultura Audiovisual y Alfabetización Mediática» de la UJI, como estrategia para impulsar la educación mediática.

### Abstract

This paper places emphasis on the relevance of critical analysis of images as part of the necessary strategy to combat “fake news” and the current “media diet”. This is followed by an assessment of the recent educational reform for non-university levels, approved by the Spanish government in 2022, which presents important shortcomings in media education. Thirdly, some success stories in Europe are presented, with the close collaboration of the public media. Finally, the RTVE Chair “Audiovisual Culture and Media Literacy” of the UJI is presented as a strategy to promote media education.

### Palabras clave / Keywords

Alfabetización mediática; medios de servicio público; cultura audiovisual; análisis de imágenes; fake news; Cátedra RTVE de la Universitat Jaume I.

Media literacy; public service media; audiovisual culture; image analysis; fake news; RTVE Chair of the Universitat Jaume I.

---

## 1. La relevancia de la alfabetización mediática en la era de la comunicación

En los últimos años venimos observando que los medios de comunicación y, muy especialmente las redes sociales, están teniendo una enorme fuerza para manipular a una ciudadanía, que carece de la formación más elemental para analizar críticamente los mensajes audiovisuales que recibe cada día.

La crisis sanitaria por la pandemia del coronavirus ha precipitado el desarrollo de la sociedad digital. El gobierno de España declaró el «estado de excepción» en marzo de 2020, calificando a los medios de comunicación como servicios esenciales. Hoy son noticias de actualidad el aumento de adicciones a las pantallas, de manera muy especial, el uso abusivo de las redes sociales, la adicción a los videojuegos, el consumo descontrolado –y sin criterio– de películas, series y programas de entretenimiento, etc., que han terminado configurando una «dieta mediática» manifiestamente inapropiada en el contexto de la sociedad del conocimiento (Aguaded & Romero-Rodríguez, 2015; Sampedro, 2018; Marzal-Felici et al., 2021). En definitiva, la doble pandemia sanitaria y mediática (desinformativa y de consumo descontrolado de imágenes), nos ha ayudado a tomar conciencia de que la alfabetización mediática debería ser una absoluta prioridad en las agendas para nuestras autoridades educativas y nuestros representantes políticos (Aguaded & Romero, 2015; Pérez-Tornero, 2020). En el nuevo régimen capitalista de las imágenes, es urgente preparar a la ciudadanía para comprenderlas y decodificarlas, ya que de ello dependerá, a nuestro juicio, la salud de las democracias en el mundo moderno (Marta-Lazo, 2018).

En los últimos años, han ido surgiendo diferentes informes institucionales que han puesto de manifiesto la necesidad de articular políticas para combatir la desinformación, principalmente a través de la llamada «information literacy», mediante iniciativas impulsadas desde el Consejo de Europa (Wardle & Derakhshan, 2017; Chapman & Oerman, 2020). Por vez primera en la historia de España, la Ley General de la Comunicación Audiovisual de 2022 recoge en su artículo 10 una referencia explícita a la importancia de la Alfabetización mediática, al señalar que «la autoridad audiovisual competente, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual y los prestadores del servicio de intercambio de vídeos (...) adoptarán medidas para la adquisición y el desarrollo de las capacidades de alfabetización mediática en todos los sectores de la sociedad...».

## 2. La reforma educativa de los niveles no universitarios de 2022 en España: Una oportunidad perdida para la educomunicación

Recientemente, el profesor Joan Ferrés constataba que todavía hoy los planes de estudio de los Grados de Maestro/a en Educación Infantil y en Educación Primaria de las universidades españolas presentan un grave déficit de formación en el campo de la educación mediática, que se refiere no sólo a la adquisición de competencias en el uso de las tecnologías educativas, sino también para el desarrollo de capacidades críticas, sensibilidad y creatividad para analizar y crear mensajes audiovisuales (Ferrés, 2020). El Informe de la OCDE, Lectores del siglo XXI: desarrollo de habilidades de alfabetización en un mundo digital, presentado

---

en mayo de 2021, señalaba que el 54% de los estudiantes no saben distinguir entre noticias verdaderas y falsas. Pero esta situación es de sobras conocida desde mucho tiempo por organismos internacionales como la UNESCO, la Comisión Europea y el Parlamento Europeo. Por ello, no debe extrañarnos que, en noviembre de 2020, en plena pandemia, el Parlamento Europeo aprobara el «Informe sobre el refuerzo de la libertad de los medios de comunicación: protección de los periodistas en Europa, discurso del odio, desinformación y papel de las plataformas» –2020/2009(INI)–, muestra indudable que expresa la necesidad de avanzar en el campo de la alfabetización audiovisual.

En diciembre de 2021, el gobierno de España aprobó la reforma del sistema educativo, cuya aplicación entra en vigor en el curso 2022-23, en Educación Primaria (primero, tercero y quinto), Secundaria (primero y tercero) y Bachillerato (Primero). Cabe destacar que entre las 8 competencias clave aparecen «Comunicación» y «Digital»: es la ley educativa en la que más se incide en la importancia de la comunicación (no solo lingüística) y en las competencias digitales. Existe una percepción generalizada entre los docentes de secundaria de la necesidad de reforzar la educación mediática (Herrero-Curiel, La-Rosa, 2022).

No obstante, se elimina, a nivel estatal la asignatura «Cultura audiovisual II», del Bachillerato de Artes. En la Comunidad Valenciana, asignaturas como «Taller de relaciones digitales saludables» (optativa de 1º ESO) y «Laboratorio de Creación Audiovisual» (2º curso ESO), se adscriben al profesorado de Informática y de Educación Plástica y Visual, de forma rígida. Se propone una nueva asignatura, «Comunicación audiovisual», optativa en todas las especialidades de bachillerato, adscrita también al profesorado de Educación Plástica y Visual. Lo más preocupante es la falta de información sobre la aplicación de la reforma educativa en la mayoría de comunidades autónomas, a poco menos de dos meses del inicio del curso 2022-23.

### **3. La educación mediática en Europa: Los sistemas educativos y los medios públicos**

Conscientes de la amplitud y complejidad del tema que abordamos, en este apartado vamos a exponer las líneas maestras de las iniciativas que están desarrollando las administraciones educativas en el campo de la alfabetización mediática, así como el papel que están desarrollando los medios de comunicación públicos para apoyar la mejora de las competencias de estudiantes, educadores y ciudadanos. Vamos a centrar nuestra atención en Reino Unido, Francia y Bélgica.

#### **3.1. El sistema educativo británico y la BBC**

El estudio sobre los medios está incorporado en el modelo educativo británico desde hace décadas. Se trata de un sistema bastante abierto y flexible, con la posibilidad de incorporar experiencias de aula y la organización de seminarios y actividades transversales en los diferentes niveles del sistema educativo, en especial desde los 14 años en la educación secundaria. Otro aspecto destacable del sistema británico es la autonomía que se confiere a

---

los centros, que están obligados a la rendición de cuentas y a hacer públicos los resultados académicos de las evaluaciones finales, que se realizan siempre fuera de cada centro. Se trata de un sistema altamente competitivo, sometido a continua evaluación.

La «British Broadcasting Corporation» es la radiotelevisión pública de referencia en todo el mundo. Se trata de una de las corporaciones públicas que más pronto apostaron por la web y las redes sociales, dedicando los recursos necesarios para cumplir el mandato del regulador Ofcom. En la oferta educativa de la BBC, reforzada durante la crisis sanitaria por el coronavirus, destaca Bitesize, la plataforma online de recursos educativos, que está organizada por niveles y materias. Desde el primer curso de educación primaria, existe un espacio para el estudio de las imágenes digitales, con la denominación genérica de «computing» o «digital literacy».

La plataforma, de acceso libre, está disponible en las cuatro lenguas que se hablan en el Reino Unido –inglés, galés, irlandés y escocés–, permitiendo personalizar los contenidos según las preferencias del usuario. También es destacable la estrategia de BBC para luchar contra los bulos y noticias falsas, «Beyond Fake News», que actualmente ocupa el espacio que antes se dedicaba a la educación mediática («media literacy»).

### ***3.2. El sistema educativo francés y France Télévisions***

Por su parte, el sistema educativo francés es uno de los que más pronto ha reaccionado ante la necesidad de incorporar la educación mediática en los diferentes ciclos de la enseñanza primaria en Francia, que, según su sistema, divide en 4: ciclo 1, de primeros aprendizajes (de 2 a 6 años); ciclo 2, de los aprendizajes fundamentales (de 6 a 9 años); ciclo 3, ciclo de consolidación (de 9 a 12 años); y ciclo 4, ciclo de profundización (de 12 a 15 años). Para el Ministerio de Educación francés, «l'éducation aux médias et à l'information (MIL)» –la alfabetización mediática e informacional (AMI)– no se considera una asignatura independiente, sino una materia que debe integrarse en toda la enseñanza. Desde el Ministerio francés, se destaca que «en la era de los medios de comunicación y las redes digitales, garantizar que todos los estudiantes dominen estas competencias contribuye a reducir las desigualdades culturales y sociales». En cada uno de estos cuatro cursos de la ESO, todos los estudiantes cursan una asignatura específica, que recibe el nombre de «Alfabetización mediática e informacional».

En 1983 tuvo lugar la creación del «Centre pour l'Éducation aux Médias et à l'Information» (CLEMI), un centro público de formación de formadores que posee una red de sedes por todo el territorio francés, y cuyo objetivo es la introducción de los medios de comunicación, en todos los niveles educativos y en todas las disciplinas, con dos ejes principales: el conocimiento de los medios de comunicación y su análisis crítico, así como la producción de medios por parte de los alumnos. En el marco de la estrategia para el desarrollo de la educación mediática en Francia cumple un papel esencial la Corporación pública France Télévisions. El Grupo France Télévisions ha creado en noviembre de 2019 un nuevo servicio público audiovisual al servicio de la educación de estudiantes, profesores y educadores, Lumni, que reúne a todos los actores del sector público audiovisual, disponible en: <https://www.lumni.fr>.

---

Esta iniciativa es, en realidad, fruto del desarrollo de Francetv éducation, que la corporación pública francesa puso en marcha en 2015. Esta nueva oferta educativa gratuita, sin publicidad, ofrece acceso a la cultura y al conocimiento para todos los niños de 3 a 18 años y cubre todas las disciplinas escolares desde jardín de infancia hasta el 12º grado. Todos los programas están indexados por nivel, por disciplina y por tema. Con más de 12.000 vídeos, archivos de sonido, juegos y documentos, este catálogo ofrece a los estudiantes, solos o acompañados, estos contenidos, que están a disposición del profesorado para preparar y enriquecer sus lecciones.

También es destacable la atención al estudio crítico del cine, que incluye el alojamiento en la web de películas –libres de derechos de autor–, artículos y textos para analizar films y vídeo-ensayos, que los docentes pueden descargar para trabajar en las aulas. Estos materiales están organizados por niveles, desde sexto de primaria hasta segundo de bachillerato.

### **3.3. El sistema educativo belga francófono y la estrategia de la RBTF**

El sistema educativo de la región francófona de Bélgica, Valonia (una comunidad de 5 millones de habitantes, similar a la Comunidad Valenciana), recoge en la web de su administración educativa una sección dedicada a la educación mediática. Llama la atención que los recursos disponibles sobre educomunicación para la comunidad educativa (profesores, estudiantes, familias), están incluidos dentro de la etiqueta general «Educación para la ciudadanía».

En 2008, el Parlamento de la Federación Valona-Bruselas creó el Consejo Superior de Educación en Medios de Comunicación (CSEM), con el que se pretende garantizar el desarrollo de iniciativas y la disposición de medios específicos para potenciar la educación mediática, sin limitarse específicamente al público escolar. La principal misión del CSEM es promover, por tanto, la educación en materia de medios de comunicación y fomentar el intercambio de información y la cooperación entre todos los agentes y organizaciones interesados en la educación en materia de medios de comunicación en la comunidad francesa, en particular los diferentes sectores de los medios de comunicación, la educación obligatoria y la educación permanente. También la Radio y Televisión Belga de la Federación Valona-Bruselas (RTBF), <https://www.rtb.be>, es una corporación pública muy unida al sistema educativo francés. En la actual oferta de programas relacionados con la educación mediática, «Les Classes Niouzz» es el espacio creado por RTBF para llegar a las escuelas. RTBF también ha desarrollado una iniciativa específica, denominada Faky, para la lucha contra las Fake News o desinformación, como plataforma para la deconstruir las noticias falsas, mediante una herramienta de fact checking, disponible en <https://faky.be/fr>.

## **4. La Cátedra RTVE «Cultura Audiovisual y Alfabetización Mediática» de la UJI: oportunidades para avanzar en educomunicación**

En estos últimos años, hemos asistido a la publicación de trabajos académicos muy interesantes que abordan el estudio de experiencias de cocreación en las corporaciones públicas

---

europas (Marzal-Felici, López-Olano y Soler-Campillo, 2021), que señalan el camino para el desarrollo de investigaciones que puedan ser de utilidad para reforzar la legitimidad de los medios de comunicación públicos. No es casualidad que, a finales del año 2020, la Unión Europea de Radiodifusión (UER / EBU) hiciera público su Informe «EBU Youth Re-port. What Works?», un documento bastante extenso que incluye recomendaciones a sus socios (más de 2.000 cadenas de radio y TV en todo el mundo) para facilitar la conexión con los públicos más jóvenes.

Tras el verano de 2021, se abrió la posibilidad de crear una Cátedra RTVE en la Universitat Jaume I de Castellón, con el impulso del profesor José Manuel Pérez Tornero, Presidente de RTVE en abril de 2021, adoptando la denominación «Cultura audiovisual y alfabetización mediática», una temática que venimos trabajando de forma intensiva desde incluso antes de la fundación del Grupo de investigación I.T.A.C.A.-UJI en 2003, que dirige el profesor Javier Marzal-Felici.

La Cátedra RTVE «Cultura audiovisual y Alfabetización mediática» de la Universitat Jaume I (en adelante, la Cátedra) se propone como objetivo principal la investigación aplicada en los siguientes campos de estudio:

- Promover el desarrollo de la alfabetización mediática y el estudio de la cultura audiovisual desde la perspectiva de los medios de comunicación públicos.
- Desarrollar contenidos audiovisuales bajo el formato de vídeo-ensayos y vídeo-cápsulas y materiales escritos sobre cultura audiovisual, que tengan una aplicación directa en el campo de la alfabetización mediática.
- Realizar cursos a distancia de formación del profesorado sobre alfabetización mediática a través de la Corporación RTVE.

Nuestro propósito es crear un espacio colaborativo entre administraciones educativas, universidades, centros de enseñanza, estudiantes de los niveles educativos implicados y la propia Corporación RTVE, que puede jugar un papel esencial para hacer avances significativos en este campo, abriendo la puerta, además, a la colaboración de los medios públicos de ámbito autonómico, como À Punt Mèdia en la Comunidad Valenciana.

En efecto, nuestro objetivo es implicar a diferentes colectivos profesionales y académicos, sociales y culturales, que pueden colaborar para construir una experiencia colaborativa.

Andreas Schleicher, director del área educativa de la OCDE, declaraba en junio de 2021, a modo de provocación, que «la educación en España prepara a los alumnos para un mundo que ya no existe». En la misma entrevista, el coordinador del Informe PISA manifestaba la necesidad de que el modelo educativo español debería abordar una reforma profunda de su modelo educativo, en la que sería fundamental conectar los contenidos de la enseñanza con el mundo que nos rodea, incidiendo mucho más en los procesos y competencias que en los contenidos.

Desde la Plataforma en favor de la Educomunicación en España, pero también desde otras organizaciones tan relevantes como la Asociación Española de Universidades con Titulaciones de Información y Comunicación (ATIC), que agrupa a 38 universidades españolas con titulaciones de Grado, Máster y Doctorado en Comunicación, y desde la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC), sociedad científica que acoge a más

---

de 650 investigadores del campo de la comunicación, queremos llamar la atención, no solo sobre la gravedad que supone eliminar esta asignatura del segundo curso del Bachillerato de Artes, sino también sobre la necesidad urgente de crear asignaturas relacionadas con la alfabetización mediática, desde la Educación Infantil hasta el Bachillerato, que deben tener una presencia relevante en el diseño curricular de todos y cada uno de los cursos de nuestro sistema educativo, como lo vienen haciendo los países avanzados del mundo como Francia, Bélgica, Reino Unido, Italia, Holanda, Alemania, Dinamarca, etc.

Si no queremos seguir formando futuros ciudadanos «para un mundo que no existe», parece urgente incorporar la alfabetización mediática a nuestro sistema educativo. Y los medios de comunicación públicos están llamados a desarrollar un papel extraordinario en este campo, al menos hasta que el sistema educativo español madure lo suficiente para incorporar, de forma natural, la alfabetización mediática en el curriculum de la educación reglada.

## Referencias

- Aguaded-Gómez, I., & Romero-Rodríguez, L. (2015). Mediamorfosis y desinformación en la infoesfera: Alfabetización mediática, digital e informacional ante los cambios de hábitos de consumo informativo. *Education in the Knowledge Society*, 16(1), 44-57. <https://doi.org/10.14201/eks20151614457>
- Chapman, M., & Oermann, M. (2020). Supporting quality journalism through media and information literacy. Council of Europe. <https://bit.ly/3uYCbfh>
- European Broadcasting Union (Ed.) (2020). Youth Report. What Works? EBU. <https://bit.ly/3aQdGw4>
- Ferrés, J. (2020). Grandes carencias de la educación mediática. *Temas de Comunicación*, 41, 8-18. <https://bit.ly/3uYhvGc>
- Herrero-Curiel, E., & La-Rosa, L. (2022). Secondary education students and media literacy in the age of disinformation. [Los estudiantes de secundaria y la alfabetización mediática en la era de la desinformación]. *Comunicar*, 73, 95-106. <https://doi.org/10.3916/C73-2022-08>
- Marta-Lazo, C. (2018). El marco teórico de la alfabetización mediática: Orígenes, fundamentos y evolución conceptual. In C. Fuente-Cobo, C. García-Galera, & C. Camilli-Trujillo (Eds.), *La educación mediática en España: Artículos seleccionados* (pp. 47-54). Editorial Universitas.
- Marzal-Felici, J., López-Olano, C., & Soler-Campillo, M. (2021). Participación ciudadana y medios de comunicación públicos 1. Conceptos y teorías. Tirant Lo Blanch.
- Pérez-Tornero, J.M. (2020). La gran mediatización i. El tsunami que expropia nuestras vidas. Del confinamiento digital a la sociedad de la distancia. UOCPress Comunicación.
- Sampedro, V. (2018). *Dietética digital. Para adelgazar al gran hermano*. Icaria Editorial.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder. Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe. <https://bit.ly/3cqVFoj>

# 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 Intagrammers: 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