

[Inicio](#)[¿Quiénes somos?](#)[Sobre nosotros](#)[Premio Vicente Verdú](#)[Idea, diseña, emprende](#)[IR AL MÁSTER](#)

Nueve propuestas para llevar la alfabetización mediática a otro nivel

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 13/02/2024

Dominar las tecnologías de la comunicación no consiste en apretar botones, deslizar pantallas, ni manejar aparatos. Ni tampoco exclusivamente en utilizar cámaras, móviles y programas informáticos. Va un paso más allá: implica usar los medios y herramientas para producir creaciones, saber compartirlas, entender la identidad en los entornos virtuales, y saber moverse en las plataformas, medios y redes sociales con mentalidad crítica. La Alfabetización Mediática e Informativa (AMI) afecta a todas las edades. Es importantísima en la vida de los jóvenes y los mayores, de los profesionales, parados o jubilados y, por tanto, necesita de una movilización general en toda la sociedad. En este artículo planteo nueve propuestas para lograrlo.



Entradas recientes

[Las narrativas más innovadoras de 2024 \(3\)](#)

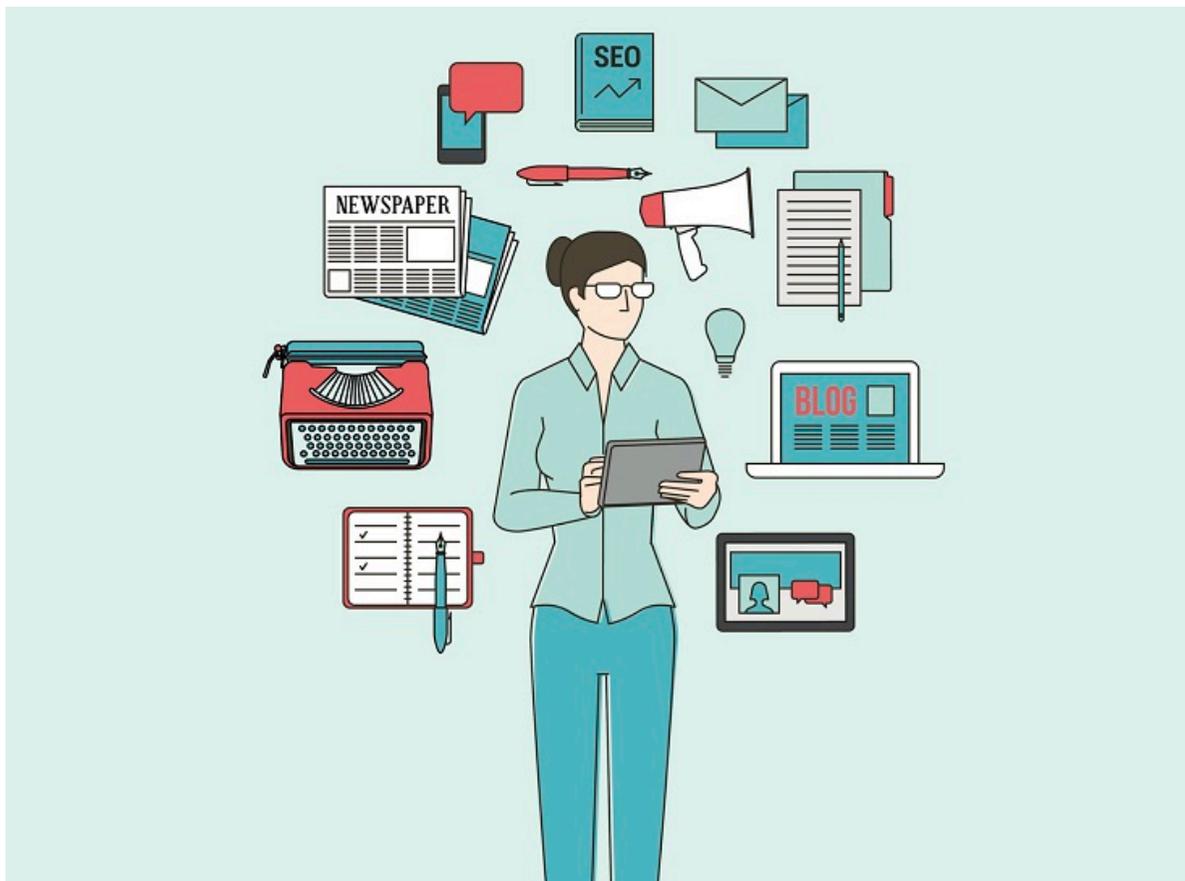
JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/23/25

[Fuera de los medios tradicionales: periodistas independientes en la era de la suscripción y los boletines \(1\)](#)

MIGUEL CARVAJAL — 03/11/25

[Las narrativas más innovadoras de 2024 \(2\)](#)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/11/25



Hay una frase del escritor norteamericano David Foster Wallace que me impactó cuando la leí: “La tecnología no va a parar de mejorar y cada vez va a ser más fácil y placentero estar a solas con una pantalla que nos han proporcionado personas que no nos aman y solo quieren nuestro dinero. Y si esa es la sustancia básica de tu dieta, te mueres”. La escribió en 1996. Desde entonces, las tecnologías no han dejado de avanzar de forma imparable (internet, móviles, redes sociales, plataformas de streaming, metaverso, Inteligencia Artificial, etc.) pero nosotros seguimos anclados

Las narrativas más innovadoras de 2024 (1)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/04/25

Javier Bardají, consejero delegado de Atresmedia: “La regulación es un aliado de la innovación al servicio de las personas, no simplemente al servicio de las cuentas de resultados de las empresas”

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 02/25/25

Cómo el periodismo de proximidad construye comunidad: cinco estrategias innovadoras

MANUEL ARENAS — 02/18/25

¿Conoces el *Local*

en una visión obsoleta y a menudo ilusa de sus consecuencias.

Necesitamos la formación que nos permita conocer las habilidades comunicativas y desarrollar nuestro espíritu crítico ante las formas de comunicación.

Contamos con grandes expertos en Alfabetización Mediática e Informativa (AMI), que están activamente involucrados: los profesores y maestros de escuela e instituto, quienes enseñan en sus aulas a consumir críticamente los contenidos mediáticos, a manejarse en las redes sociales y *smartphones*, y organizan un sinfín de actividades: talleres, pódcast, clubs de lectura, debate, teatro, revistas, charlas, etc. Organizaciones como las Asociaciones de la Prensa en muchas provincias y los verificadores (Maldita, Newtral, Verificat, EFE Verifica), también llevan a cabo iniciativas contra la desinformación y talleres de AMI. Se trata de actividades valiosas que cumplen con su cometido, pero sin duda resultan insuficientes. Es como achicar el océano con vasos de agua.

La realidad es que en España tenemos un retraso considerable en la implantación de la AMI respecto a la mayoría de los países europeos. Los países nórdicos, Reino Unido o incluso nuestros vecinos Francia, Italia y Portugal van muy por delante de nosotros. Un caso paradigmático es Australia, con un currículum educativo [que presta especial atención a la AMI](#). En abril de 2022 promulgó una ley que permite a los profesores impartir los conocimientos y capacidades de AMI en Lengua inglesa, Artes, Ciencias y Humanidades y Ciencias Sociales. “Los estudiantes son conscientes de las formas en que los medios de comunicación se utilizan

Data Lab?

Es un seminario integrado por profesionales, profesores y alumnos que producen historias locales apoyadas en datos

Descarga gratis el libro *La crisis del informativo televisivo*

Contribuciones a las XIV Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

y negocian culturalmente, para dar sentido al mundo y a sí mismos. Aprenden a interpretar, analizar y desarrollar prácticas mediáticas a través de sus experiencias comunicativas y artísticas. Se inspiran para imaginar, colaborar y asumir responsabilidades en la planificación, el diseño y la producción de obras mediáticas”, dice la ley. **Qué envidia.**



En nuestro país se dio un primer paso con la publicación de **la Ley General de la Comunicación Audiovisual del 7 de julio de 2022**, que dedica su artículo 10 al desarrollo de la **alfabetización mediática e informacional**. El apartado 1 señala que “se adoptarán medidas para la adquisición y el desarrollo de las capacidades de alfabetización mediática

Descarga gratis el libro *Pistas y tendencias sobre innovación en periodismo*

Este libro recoge los mejores post publicados en el blog durante los últimos cinco años

Descarga gratis el libro *Mobile first: comunicación multipantalla*

Contribuciones a las XI Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

en todos los sectores de la sociedad, para los ciudadanos de todas las edades y para todos los medios, y evaluarán periódicamente los avances realizados”. El apartado 4 añade: “La autoridad audiovisual competente, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual y de intercambio de vídeos a través de plataforma, en cooperación con todas las partes interesadas, en especial, con las autoridades con competencias en materia de educación, y en su caso, con las asociaciones de padres y madres, de educadores y las vinculadas a la realización de actividades de alfabetización mediática, adoptarán medidas para promover que los padres (...) procuren que los menores hagan un uso beneficioso, seguro, equilibrado y responsable de los dispositivos digitales, de los servicios de comunicación audiovisual y de intercambio de vídeos a través de plataforma”.

Se trata de una iniciativa claramente insuficiente, por lo que todavía es necesario un mayor reconocimiento e implementación. De hecho, numerosos expertos critican que desde la publicación de la ley en julio de 2022 aún no se han realizado avances notables en AMI. Un amplio informe sobre AMI [publicado por el Laboratorio de Periodismo de la Fundación Luca de Tena](#) en agosto de 2022, describe **las numerosas carencias en el panorama español**. Además, ha habido retrocesos: en 2024 desaparecerán de las Pruebas de Acceso a la Universidad la asignatura de Fundamentos del Arte (que se elimina del currículum) y la de Cultura Audiovisual (que pasa de segundo curso de Bachillerato a primero), lo cual no parece que redunde en beneficio de la AMI en la educación secundaria.

Descarga gratis el libro *Cómo innovar en periodismo*

Este libro reúne entrevistas a 27 profesionales que han pasado por el Máster

Descarga gratis el libro *Innovar en periodismo*

Contribuciones a las X Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

Ranking de Innovación Periodística 2014

Descubre este informe que analiza las iniciativas periodísticas más innovadoras en España

En la universidad la situación tampoco es boyante. Como refleja el libro [La alfabetización mediática e informacional en las Facultades de Comunicación en España](#), editado por los profesores Charo Sádaba, Patricia Núñez Gómez y José Manuel Pérez Tornero, **la formación en AMI todavía es precaria en la universidad española**. Existen asignaturas, seminarios, congresos, proyectos de investigación y talleres donde se aborda la AMI, pero son iniciativas puntuales que no consiguen el alcance deseado. De nuevo, falta una estrategia conjunta y transversal. Es más, corremos el riesgo de que los docentes quedemos anclados en un pasado que ya no existe y no preparemos a los jóvenes para un futuro donde el talento para comunicar y manejar la tecnología es fundamental.

Los jóvenes son usuarios intensivos de las tecnologías, pero su consumo está guiado por las prioridades de las propias plataformas. Si un adolescente pasa dos horas diarias en TikTok, tiene posibilidades de caer en la adicción y al mismo tiempo, será más proclive a conformarse un marco mental a la medida de dicha plataforma, compuesto por mensajes breves y fragmentados, divertidos vídeos de impacto, y una realidad reducida a píldoras desprovistas de contexto. No pretendamos que el adolescente haga un uso responsable de TikTok si no recibe unas mínimas pautas y aprende a utilizarlo de forma óptima.

“Solo una ciudadanía educada para comunicar eficazmente mediante un uso responsable de las tecnologías, las redes sociales y los medios de comunicación, será una ciudadanía crítica con la realidad y el poder, capaz de defender la democracia y las normas de la convivencia”. Esto,

Consulta el *Diccionario del cliché*

Un proyecto de innovación docente desarrollado por profesores y estudiantes del Máster y el Grado en Periodismo de la Universidad Miguel Hernández

¿Quieres conocer a otros *periodistas de datos*?

Este innovador proyecto de profesores del Máster te ofrece una lista de profesionales en España y Latinoamérica

que muchos tenemos muy claro en la docencia y en la investigación, no es más que una quimera **si no va acompañado de una apuesta transversal de gran calado.**

La alfabetización mediática nunca ha sido tan importante para que los ciudadanos sobrevivan y prosperen, pero este debate ha perdido protagonismo en los medios de comunicación y en los foros sociales. Es importante abrir espacios para la reflexión y buscar soluciones colectivas, de envergadura, para una situación que se va agravando en nuestra sociedad.

Universidad con Sello de Excelencia Europea

La Universidad Miguel Hernández de Elche consiguió el Sello de Excelencia Europea 500+ en 2004, y posteriormente fue renovada en dos ocasiones consecutivas, la primera en 2007 y la segunda en 2009.



Estas propuestas nacen del análisis de la situación actual y tratan de ofrecer una estrategia que sirva para implantar un programa de alcance transversal en el conjunto de España. Quizá son un brindis al sol, pero aquí las dejo. Se basan en nueve puntos:

1. Establecer una política educativa que priorice la Alfabetización Mediática e Informativa (AMI) en los programas formativos de primaria, secundaria, FP y universidad, desde el Ministerio y las

Comunidades Autónomas, con implicaciones concretas y un plan estratégico de implementación en cinco años.

2. Desarrollar una política transversal consensuada e impulsada por los diferentes actores: gobiernos, instituciones educativas (institutos, colegios, universidades, centros FP), medios de comunicación, plataformas y asociaciones de usuarios. Hemos de involucrar a los gobiernos, para que asuman su responsabilidad y doten de presupuesto a los programas de AMI; a los medios de comunicación, con el compromiso urgente de formar a los lectores, espectadores, oyentes y usuarios de todo tipo de contenidos; y por supuesto a los educadores, para que acompañen a la infancia y la juventud en la formación en el uso responsable de las tecnologías.
3. Plantear una estrategia de AMI diferenciada entre los diferentes grupos de edad: los menores de 18 años, entre 18 y 39 años, entre 40 y 60 años y los mayores de 60 años. Cada una con objetivos específicos, actividades y competencias relacionadas con las experiencias y los retos más frecuentes en ese grupo de edad.
4. Formar en competencias digitales y alfabetización mediática al profesorado en primera instancia, y también a los padres, para que se involucren activamente en los programas de AMI en la escuela. Dar formación intensiva a las personas que lideren estos programas, con objeto de que ejerzan un liderazgo basado en su amplio conocimiento, experiencia y capacidad formativa.

5. Usar metodologías innovadoras basadas en “aprender a pensar” y “aprender a hacer”, que impliquen activamente a los estudiantes en su formación sobre las tecnologías de la comunicación. Incorporar el aprendizaje basado en proyectos y trabajo colaborativo, con iniciativa y seguimiento personalizado, que desarrolle las habilidades críticas de comprensión, argumentación y expresión, y el dominio del lenguaje hablado, escrito, audiovisual.



6. Crear un consorcio único de instituciones públicas y privadas bien posicionadas para abordar esta prioridad nacional, que trabajen en red y desarrollen una estrategia consensuada para promover la AMI. Impulsemos la colaboración pública y privada: museos, archivos, bibliotecas, medios de comunicación, escuelas y universidades desempeñan un papel significativo en el apoyo a la alfabetización mediática y lo han hecho durante décadas. La propuesta es crear un gran consorcio con participación de los medios públicos y privados, las universidades, las asociaciones de prensa, las plataformas tecnológicas que operan en España, las bibliotecas públicas, las consejerías de educación de las Comunidades Autónomas y el Ministerio.

7. Llevar a cabo intervenciones a nivel micro, medio y macro. A nivel micro, en entornos locales, familiares, de escuelas institutos y asociaciones, con eventos, actividades y talleres de AMI enfocados en objetivos y públicos concretos. A nivel medio, con actuaciones formales y estructuradas, en ciudades y comunidades autónomas, mediante programas formativos (cursos, talleres y másteres). A nivel macro, mediante el desarrollo de una política de AMI integrada en el currículum de primaria, secundaria, FP y los estudios universitarios.

8. Convocar a un grupo de expertos que diseñe actuaciones en los tres niveles y que desarrolle un programa curricular en AMI. El programa atenderá a las necesidades detectadas, se adaptará a los distintos

grupos de edad en los contenidos curriculares, las actividades, los recursos y la adquisición de competencias y se actualizará de forma constante.

9. Potenciar la transferencia de los resultados de las investigaciones sobre AMI. Es clave la unión de esfuerzos entre los expertos e investigadores para trasladar sus propuestas a los actores implicados (educadores, asociaciones, periodistas, responsables de las acciones formativas) y a la ciudadanía en general. Convendría establecer canales de comunicación y de divulgación fluidos y transparentes, de amplio alcance, que puedan diseminar los avances en materia de AMI entre públicos con diferentes perfiles sociodemográficos y educativos.

La influencia de las tecnologías de la comunicación en nuestra vida es omnipresente. No podemos vivir de espaldas a esta realidad. La AMI nos ayuda a aprender su enorme potencial y sus ventajas y también a contrarrestar sus inconvenientes y perjuicios, que a menudo pasan desapercibidos y **pueden tener efectos negativos en la educación, en nuestra calidad de vida e incluso en nuestra salud**. Una estrategia sólida de AMI en la sociedad robustece la democracia porque contribuye a educar a ciudadanos responsables, capaces de tomar decisiones no condicionadas por los mensajes manipulados ni por los sesgos de la tecnología.



Jose A. García Avilés

Coordinador Módulo Audiencias

© 2025 Máster en Innovación en Periodismo · [Blog](#) · [Inicio](#) ·

