



La alfabetización mediática e informacional en la era de la desinformación

**Retos y propuestas
de desarrollo**

*** * * * ***

**Javier Marzal Felici,
Roberto Arnau Roselló,
Francisco Fernández Beltrán y
Andreu Casero Ripollés
(eds.)**

 **NAUllibres**

Colección Cuadernos de Pensamiento, Comunicación y Cultura, 3

Directores de la colección:

Javier Marzal Felici. Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universitat Jaume I de Castellón

Patricia Núñez Gómez. Catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Complutense de Madrid

Comité Científico:

Juan Miguel Aguado. Catedrático de Periodismo. Universidad de Murcia.
Ericka Patricia Álvarez Flores. Catedrática de Comunicación Social. Universidad Estatal de Sonora, México.
Andreu Casero Ripollés. Catedrático de Periodismo. Universitat Jaume I de Castellón.
Fernando Canet Centellas. Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Univ. Politécnica de Valencia.
Luis Deltell Escolar. Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad Complutense de Madrid.
Pietsie Feenstra. Catedrática de Estudios Fílmicos. Universitè Paul Valéry 3, Montpellier, Francia.
Berta García Orosa. Catedrática de Periodismo. Universidad de Santiago de Compostela.
Gloria Jiménez-Marín. Catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad de Sevilla.
Inmaculada Martínez Martínez. Catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad de Murcia.
Dolors Palau Sampió. Catedrática de Periodismo. Universitat de València.
Nekane Parejo Giménez. Catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad de Málaga.
Patricia Prieto-Blanco. Lecturer in Digital Media Practice. Lancaster University, Reino Unido.
Mar Ramírez Alvarado. Catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad de Sevilla.
Salvador Rubio Marco. Catedrático de Estética y Teoría de las Artes. Universidad de Murcia.
Sandrina Francisca Teixeira. Catedrática de Estrategias de Marketing Digital. Universidad de Porto, Portugal.
Santiago Tejedor Calvo. Catedrático de Periodismo. Universitat Autònoma de Barcelona.
Marisa Torres da Silva. Catedrática de Ciencias de la Comunicación. Universidad Nova Lisboa, Portugal
Victoria Tur Viñes. Catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad de Alicante.

Comité Editorial

Roberto Arnau Roselló. Profesor Titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universitat Jaume I de Castellón.
Leire Azkúnaga García. Profesora Ayudante Doctora de la Universidad del País Vasco.
Marta de Miguel Zamora. Profesora Ayudante Doctora de la Universidad Complutense de Madrid.
Víctor Manuel Cerdán Martínez. PPL de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Univ. Complutense de Madrid.
Antonio Loriguillo López. Profesor Titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Univ. Jaume I de Castellón.
Luis Rodrigo Martín. Profesor Titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad de Valladolid.
Teresa Sorolla Romero. Profesora Titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universitat Jaume I de Castellón.

© Javier Marzal Felici, Roberto Arnau Roselló,
Francisco Fernández Beltrán y Andreu Casero Ripollés (eds.)

© De esta edición:

Nau Llibres. Periodista Badía 10. 46010 València. Tel.: 96 360 33 36

E-mail: nau@naullibres.com web: www.naullibres.com

ISBN: 978-84-19755-79-7

Depósito Legal: V-5376-2025

Diseño de cubierta y maquetación:

Pablo Navarro y Artes Digitales Nau Llibres

Ilustración de la cubierta:

[rootstocks] / Depositphotos.com

Impresión: Podiprint

Este obra se distribuye bajo licencia Creative Commons
Atribución-No Comercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0)



Índice

Introducción: el papel de la Alfabetización Mediática e Informativa en un mundo polarizado.....	15
<i>Javier Marzal Felici, Roberto Arnau Roselló, Francisco Fernández Beltrán y Andreu Casero Ripollés</i>	
1. ¿Cómo hemos llegado hasta aquí? El impulso de la educación mediática desde la UNESCO, la Comisión Europea, Iberoamérica y otros contextos.....	17
2. Retos y desafíos de la AMI ante la expansión de la desinformación	23
3. Estructura de la obra La alfabetización mediática e informativa en la era de la desinformación. Retos y propuestas de desarrollo	31
4. Un poco de cronología, créditos de la obra y agradecimientos.....	37

BLOQUE I.

El campo científico de la AMI: debates y desafíos

1. El compromiso del servicio público audiovisual con la AMI.....	45
<i>José Manuel Pérez Tornero</i>	
1. La AMI en la agenda política global	46
2. El impulso de la UNESCO	47
3. El enfoque de la Unión Europea.....	53
4. El papel de la Directiva europea sobre servicios audiovisuales.....	55
5. El impacto de la Directiva	57
6. El caso español.....	59
7. El COVID y el relanzamiento de la AMI	61
8. Las obligaciones de los servicios públicos audiovisuales.....	63
9. Campos de actuación	64

**2. Reflexiones acerca de la alfabetización mediática e
informacional, como fórmula para salvaguardar la democracia . 67**

Carmen Marta Lazo

1. Contexto de la desinformación en una sociedad cada vez más polarizada.....	68
2. La alfabetización mediática e informacional como solución.....	73
3. Propuestas para el desarrollo de la AMI en educación formal y no formal.....	75
4. Hacia una sociedad informada y crítica.....	76
5. El Factor Relacional y el humanismo digital ante la desinformación	79
6. Conclusiones.....	81

**3. El papel de la alfabetización mediática en la lucha de la
Unión Europea contra la desinformación 85**

Charo Sádaba

1. Introducción	86
2. Alfabetización mediática en la Unión Europea: características y enfoques.....	88
3. Políticas y marcos de acción en la Unión Europea. Observatorios, guías y buenas prácticas	91
4. La alfabetización mediática en acción.....	95
5. Desafíos y limitaciones	97
6. Perspectivas de futuro.....	99
7. Conclusión	101

**4. Funciones esenciales de la Alfabetización Mediática e
Informacional en la sociedad digital contemporánea 103**

Marc Pallarès Piquer y Juan Diego Hernández Albarracín

1. Introducción	105
2. La función descriptivo-explicativa de la AMI	107
3. La función crítico-comprensiva de la AMI.....	110
4. La función propia de la tecnología/digitalización	113
5. Consideraciones finales.....	115

5. Prosumidores en formación:	
alfabetización ética y responsabilidad comunicativa en la infancia y en la adolescencia	119
<i>Beatriz Feijoo, Patricia Núñez-Gómez y Arantxa Vizcaíno-Verdú</i>	
1. Introducción	120
2. Aproximación al ecosistema comercial digital contemporáneo	122
3. Adolescentes como prosumidores en entornos persuasivos	125
4. La centralidad de la alfabetización ética en el contexto digital	128
5. Desafíos éticos emergentes en la comunicación digital.....	131
6. Alfabetización mediática e informacional en la Era de la Inteligencia Artificial: Aspectos clave	133
<i>Alfonso Gutiérrez Martín</i>	
1. Precisiones terminológicas	134
2. Inteligencia artificial y educación.....	137
3. La enseñanza en la era de la IA.....	139
4. La AMI en la era de la IA.....	141
5. IA y Educación Mediática. Aspectos clave	143
6. Conclusiones. AMI para un futuro incierto	147
7. Alfabetizar en IA... y más, con inteligencia natural.....	151
<i>Fátima Martín Gómez de Carvalho, Roberta Marilia Bezerra Moraes y Agustín García Matilla</i>	
1. Introducción	152
2. Alfabetización en IA para que la desinformación no redefina la realidad.....	153
3. Facetas en las que la IA aún no puede competir con relación a la Inteligencia Humana	156
4. La necesidad de ampliar la alfabetización mediática e informacional en la era de la IA.....	160
5. La educomunicación y el contexto postdigital	162
6. Competencias para alfabetizar en IA: conocimiento, ética y regulación.....	163
7. Propuestas y retos para la alfabetización en IA: Un enfoque centrado en el ser humano	166
8. Conclusión	168
9. Consideraciones adicionales.....	169

8. Los jóvenes ante la encrucijada de la alfabetización mediática e inteligencia artificial informacional.....	171
<i>Félix Ortega-Mohedano, Teresa Martín García y María Marcos Ramos</i>	
1. Oportunidades de la IA en la AMI.....	172
2. Creación de contenido interactivo.....	175
3. Pensamiento crítico mejorado y verificación de hechos	178
4. Riesgos y amenazas en la inteligencia artificial mejorada con inteligencia artificial	182
5. Brecha digital y disparidades socioeconómicas	183
6. Conclusiones.....	184
9. La alfabetización mediática en el diseño institucional de las corporaciones públicas de radiodifusión en Europa: del mandato supranacional a los marcos normativos y estratégicos.....	187
<i>Francisco Fernández Beltrán</i>	
1. La importancia creciente de la alfabetización mediática y el papel de los PSM	188
2. La regulación europea como marco de referencia	190
3. Objetivos y alcance de la investigación	193
4. Resultados	194
5. Conclusiones.....	206
10. Alfabetización mediática en Italia: evolución y nuevas perspectivas.....	209
<i>Luciano di Mele</i>	
1. Orígenes y desarrollo de la alfabetización mediática en Italia.....	210
2. Orígenes y desarrollo de MED Asociación Italiana de Educación Mediática.....	215
3. Educación mediática e IA: la fuerza de la red.....	224
4. Conclusiones.....	227
11. La promoción de la alfabetización mediática por los defensores de la audiencia en las televisiones públicas autonómicas de España	229
<i>Rubén Nieto-González</i>	
1. Introducción	230
2. Marco teórico	231

3. La investigación.....	236
4. Conclusiones.....	245
12. Alfabetización mediática y medios de comunicación de proximidad: análisis, reflexiones y propuestas para Castilla-La Mancha	247
<i>María-José Establés</i>	
1. Introducción	248
2. La diversidad y las desigualdades territoriales de Castilla-La Mancha.....	249
3. Medios de comunicación de proximidad y brechas de acceso	252
4. ¿Se piensa en la alfabetización mediática de la ciudadanía en Castilla-La Mancha? Experiencias formativas entre la universidad y medios de comunicación locales y regionales	254
5. La Estrategia AMI del Gobierno de Castilla-La Mancha: un enfoque centrado principalmente en la alfabetización digital	258
6. Propuestas para mejorar la alfabetización mediática de la ciudadanía de Castilla-La Mancha	259
7. Conclusiones.....	263
13. Instrucción fílmica: la posverdad en la trama de la cultura y el pensamiento	267
<i>José Antonio Palao Errando</i>	
1. Mito y Logos.....	268
2. La gran mitología del siglo XX.....	270
3. Las mitologías digitales.....	273
4. La posverdad.....	276
5. Agenda, visibilización y odio	282
6. Corrección política y posverdad ultrarreferencial.....	286
7. Conclusiones.....	288
14. Reescrituras fan y mundos posibles desde la perspectiva de la educación mediática. El fanfiction como espacio de reapropiación subversiva del canon de Harry Potter	291
<i>Claudia Ferrando-Paulo y Teresa Sorolla-Romero</i>	
1. La escritura participativa en Harry Potter	293
2. La reescritura del canon como política	302
3. Conclusiones.....	307

BLOQUE II.

Propuestas para el desarrollo de la AMI

15. Una educación mediática que desinforma	313
<i>Joan Ferrés Prats</i>	
1. Contradicciones de la educación mediática	314
2. Ámbitos de la desinformación	317
3. Justificación de la reivindicación	327
16. La Alfabetización Mediática e Informacional frente a la desinformación electoral: diagnóstico y recomendaciones	329
<i>Andreu Casero-Ripollés y Gonzalo Peña-Ascacíbar</i>	
1. Introducción	330
2. La desinformación electoral	331
3. El relieve de la Alfabetización Mediática e Informacional.....	335
4. Recomendaciones para abordar la desinformación electoral desde la Alfabetización Mediática e Informacional	341
5. Conclusiones.....	344
17. Discursos de odio en los medios de comunicación y redes sociales: Impacto en la percepción social y los estándares estéticos de las nuevas generaciones	347
<i>Bruna Scaratti Selau y Ignacio Aguaded</i>	
1. Introducción	349
2. Objetivos	352
3. Material y métodos	352
4. Resultados	361
5. Discusión.....	367
18. Por una alfabetización mediática crítica, estructural y afectiva: propuestas desde los márgenes	369
<i>Paloma Contreras-Pulido</i>	
1. Introducción: alfabetizar afectivamente en tiempos de infoxicación.....	370
2. Genealogía crítica de la alfabetización mediática.....	372
3. Aproximación teórica-política a una AMI afectiva	377
4. Hacia un Plan Nacional de AMI: propuesta situada	382

19. AMI para el compromiso democrático en la era de la desinformación: de lo instrumental a lo ciudadano.....	387
<i>Nereida Carrillo Pérez</i>	
1. La AMI: una historia al lado del compromiso democrático	388
2. La AMI ante los retos de la democracia.....	392
3. Iniciativas de AMI para el compromiso ciudadano.....	397
4. Recomendaciones para impulsar la AMI para el compromiso ciudadano.....	401
20. Ciudadanía mediática y alfabetización publicitaria: claves para una sociedad crítica, ética y protegida	403
<i>Victoria Tur-Viñes y Ingrid Zacipa-Infante</i>	
1. Introducción	404
2. De la alfabetización al concepto de ciudadanía mediática	406
3. Alfabetización publicitaria y ciudadanía mediática. La ciudadanía, inmersa en un entorno publicitario.....	410
4. Menores y publicidad.....	413
5. Casos de marcas que promueven la ciudadanía mediática en sus estrategias publicitarias	422
6. Propuestas de intervención en alfabetización publicitaria para una ciudadanía mediática.....	433
7. Conclusiones.....	441
21. Trabajar la Alfabetización Mediática en la etapa de primaria. La intervención en el aula para combatir la desinformación	443
<i>Eva Herrero-Curiel y Belinda de Frutos Torres</i>	
1. Introducción	444
2. La Alfabetización Mediática a través de la intervención en el aula.....	445
3. Aportaciones desde la psicología cognitiva sobre la adquisición de competencias AMI	449
4. Las habilidades mediáticas a través de las competencias curriculares, una propuesta para la etapa de educación primaria ..	452
5. Conclusiones.....	456

22. Análisis del programa educativo Gasteiztxo:

Educación en medios desde la educación secundaria459

*Ainhoa Fernández de Arroyabe Olaortua, Leire Azkunaga García y
Ainara Miguel Sáez de Urabain*

1. Conceptualización y contextualización de la AMI460
2. Metodología468
3. Estructura del programa Gasteiztxo470
4. Análisis y evaluación del programa Gasteiztxo472
5. Conclusiones477

23. Pensamiento crítico para un fact-checking en el aula:

problemas y perspectivas481

Mónica Rodríguez Díaz y Raúl Rodríguez Ferrándiz

1. El pensamiento crítico como eje de las competencias de AMI482
2. Fake news en el marco epistemológico de la posverdad485
3. Fact checkers profesionales y fact-checking amateur487
4. Fact-checking: problemas y oportunidades489
5. El fact-checking en el aula: una experiencia concreta.492

24. Proyectos e investigaciones sobre AMI:

Desafíos y oportunidades de la alfabetización

mediática e informacional como objeto de estudio495

Santiago Tejedor y Stephanie Vick

1. Antecedentes: revisión de literatura497
2. Metodología500
3. Discusión y Resultados501
4. Conclusiones514

25. Los medios locales ante el reto de la alfabetización

mediática517

Adrián Beltrán

1. Introducción518
2. La fatiga informativa y la pérdida de referentes520
3. El valor del periodismo de proximidad523
4. Los profesionales de comunicación ante la alfabetización
mediática526
5. Conclusión533

26. Propuestas para un Plan Nacional de Alfabetización Mediática, Informacional y Comunicacional (Plan AMIC)	535
<i>Juan Zafrá</i>	
1. Introducción	536
2. Plan AMIC.....	541
3. Punto de partida.....	543
4. Estrategia nacional	544
5. Enseñanza en todos los niveles	546
6. Modernización de la Administración pública.....	548
7. Medidas legislativas	549
8. Compromisos de los medios de comunicación.....	551
9. Estados generales de la información y de la comunicación	554
27. Impulsar la educación mediática en tiempos de desinformación: retos y desafíos en la era de la posverdad	557
<i>Javier Marzal Felici, Roberto Arnau Roselló y Maria Soler Campillo</i>	
1. Acotaciones previas: en torno al concepto de Alfabetización Mediática e Informacional.....	558
2. El marco de la regulación audiovisual y el desarrollo de la AMI: el rol de la CNMC y de los reguladores audiovisuales regionales..	567
3. Mapa de medidas para impulsar la AMI.....	579
4. Algunas reflexiones finales: el papel de las universidades y la regeneración política, claves para el desarrollo de la educación mediática.....	596
Referencias bibliográficas y documentales	601
Curriculum Vitae de las autoras y autores	707
Acerca de la colección.....	729