



La educación mediática en Francia y Bélgica

Un modelo ejemplar
de colaboración
entre organizaciones

* * * * *

**Roberto Arnau Roselló y
Javier Marzal Felici
(eds.)**

 **NAUllibres**

Colección Cuadernos de Pensamiento, Comunicación y Cultura, 4

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.

© Roberto Arnau Roselló y Javier Marzal Felici (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: 978-84-19755-80-3

Depósito Legal: V-5377-2025

Diseño de cubierta y maquetación:

Pablo Navarro y Artes Digitales Nau Llibres

Ilustración de la cubierta:

[rootstocks] / Depositphotos.com

Impresión: Podiprint

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



Índice

Introducción: desinformación vs. democracia.

La educación mediática como fármaco	11
--	----

Roberto Arnau Roselló y Javier Marzal Felici

1. El desarrollo de la sociedad-red y el auge de la desinformación	12
2. Educación mediática (EMI) vs. Alfabetización mediática (AMI): algunos ejes de reflexión	18
3. La educación mediática y la formación de una ciudadanía comprometida con la democracia en Francia y Bélgica	20
4. Estructura de la obra	25
5. Créditos de la obra y agradecimientos	27

BLOQUE I:

Los reguladores audiovisuales y la educación mediática

1. La educación mediática para el regulador audiovisual francés ...

Manon Conan

1. Las razones de la implicación de la Arcom en la educación en medios de comunicación, información y ciudadanía digital (EMI&CN)	35
1.1. Una institución consciente de la necesidad de proporci- onar al público las claves para comprender los ecosiste- mas audiovisual y digital	35
1.2. Actores sujetos a obligaciones en materia de EMI&CN	38
2. Modalidades de participación de la Arcom en EMI&CN	40
2.1. La posición de la Autoridad con respecto a la EMI&CN	40
2.2. Despliegue de sus acciones	41
3. Conclusiones	50

2. La educación mediática para el regulador audiovisual belga (Valonia-Bruselas)..... 51
Madeleine Cantaert

1. Introducción: el CSA 52

2. La RTBF y la educación en medios de comunicación..... 53

3. Los 12 medios de comunicación locales 55

4. El concepto de obligación 57

5. Conclusiones..... 58

BLOQUE II:

Presencia de la educación mediática en algunos medios de comunicación públicos francófonos

3. La educación mediática en France Télévisions 61
Anne Daroux

1. Introducción 62

2. Recursos educativos..... 63

3. Las producciones más destacadas de la oferta de France Télévisions 65

4. Nuevos programas 2025..... 66

5. Las acciones sobre el terreno 67

6. Conclusiones..... 68

4. La educación mediática en la cadena RTBF 69
Stéphane Hoebeke

1. Introducción 70

2. Acción 1: Desarrollar el espíritu crítico de todas las personas en su uso de los medios de comunicación..... 71

3. Acción 2: Difundir contenidos 73

4. Acción 3: Decodificar la información 75

5. Acción 4: Fomentar la participación del público 76

6. Acción 5: Identificar y dar visibilidad a los contenidos y las acciones..... 78

7. Acción 6: Colaborar con los actores de la educación en medios de comunicación..... 79

8. Acción 7: Sensibilizar y formar al personal..... 81

9. Acción 8: Rendir cuentas	81
10. Conclusiones.....	81
5. La educación mediática en la cadena franco-alemana ARTE	83
<i>Caroline Ghienne</i>	
1. ARTE Éducation.....	84
1.1. Orígenes y misión de ARTE Éducation.....	85
1.2. Ofertas, contenidos y herramientas pedagógicas	87
1.3. Acompañamiento, formaciones y proyectos pedagógicos..	88
2. La EMI como pilar central de la oferta de ARTE Éducation	89
2.1. Un catálogo para consolidar los conocimientos en AMI	90
2.2. Fichas pedagógicas para realizar actividades en EMI.....	92
2.3. Herramientas para desarrollar habilidades en AMI	94
2.4. Proyectos pedagógicos para convertir a los alumnos en protagonistas de la EMI	95
2.5. Socios esenciales	96
3. Medición del impacto	97
3.1. Objetivos y metodología del estudio de impacto.....	97
3.2. Impacto en los profesores.....	98
3.3. Impacto en los alumnos	99
4. Conclusiones.....	100

BLOQUE III:
Las administraciones educativas
de Francia y Bélgica ante el desafío
de la educación mediática

6. La educación mediática en el sistema educativo de la región valona (Bélgica).....	103
<i>Sébastien Grau</i>	
1. Introducción	104
2. Breve historia de la educación mediática en la Federación Valonia-Bruselas	106
2.1. Los pioneros y el Consejo de Educación Mediática (CEM)	106
2.2. El Consejo Superior de Educación Mediática (CSEM): creación y evolución	107

3. Organización y composición del Consejo Superior de Educación Mediática.....	108
4. Definición oficial de educación mediática	109
5. Las principales misiones del CSEM	110
6. Las operaciones y dispositivos de educación en medios de comunicación.....	112
6.1. Las operaciones.....	112
6.2. Las convocatorias de proyectos.....	113
6.3. Los eventos	115
7. Los centros de recursos en educación en medios de comunicación.....	116
8. Enfoque en el trabajo de un grupo de trabajo: el GT enseñanza	117
9. Asociaciones y colaboraciones.....	119
9.1. EDMO Belux: luchar contra la desinformación.....	119
9.2. Betternet: un internet más seguro para los jóvenes	120
9.3. Relaciones internacionales.....	121
10. Conclusiones.....	122
11. Documentos y enlaces de interés	123
11.1. Publicaciones pedagógicas (enseñanza infantil y primaria)	123
11.2. Encuestas sobre las prácticas digitales de los jóvenes (colaboración con el centro de recursos Média Animation)	123
11.3. Documentación complementaria en el marco de la semana de la educación mediática.....	124
11.4. Dossiers temáticos de sensibilización. Colección «Repères»	124
11.5. Publicaciones pedagógicas para el aprovechamiento de la prensa (colaboración con el operador LA PRESSE.be) ..	125
7. La educación mediática en el sistema educativo francés.....	127
<i>Serge Barbet</i>	
1. El CLEMI, comprometido desde hace más de 40 años con la educación en medios de comunicación e información	128
1.1. El CLEMI: una creación original dentro del sistema educativo francés.....	129
1.2. Funcionamiento y misiones del CLEMI	131
1.3. Un actor clave de la política nacional de EMI	133

2. La educación en medios de comunicación e información como competencia clave para el siglo XXI	136
2.1. Una enseñanza transversal en vías de generalización	136
2.2. EMI y ciudadanía digital.....	140
2.3. El auge de la EMI en la cooperación educativa internacional	143
Algunas conclusiones: lecciones para el futuro	147
<i>Javier Marzal Felici y Roberto Arnau Roselló</i>	
1. Reflexiones sobre el desafío de la educación mediática	148
2. El protagonismo de los reguladores audiovisuales para impulsar la EMI	152
3. Los medios de comunicación públicos ante la EMI	156
4. Las administraciones educativas y la promoción de la EMI.....	162
5. El trabajo colaborativo entre instituciones: única vía para avanzar en educación mediática	165
Referencias bibliográficas y documentales	171
Curriculum Vitae de las autoras y autores	175
Serge Barbet	175
Manon Conan.....	176
Madeleine Cantaert	176
Anne Daroux.....	176
Caroline Ghienne.....	177
Sébastien Grau.....	178
Stéphane Hoebeke.....	178
Roberto Arnau-Roselló.....	179
Javier Marzal-Felici.....	180
Acerca de la colección.....	183