



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
<i>Roberto Arnau Roselló y Javier Marzal Felici</i>	
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 ...	33
<i>Manon Conan</i>	
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
<i>Madeleine Cantaert</i>	
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
<i>Anne Daroux</i>	
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
<i>Stéphane Hoebeke</i>	
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

Introducción: desinformación vs. democracia. La educación mediática como fármaco

Roberto Arnau Roselló, Univ. Jaume I, Castellón, rarnau@uji.es

Javier Marzal Felici, Univ. Jaume I, Castellón, marzal@uji.es

Resumen

El desarrollo de la educación mediática e informacional en el mundo contemporáneo responde a la urgente necesidad de afrontar un ecosistema mediático global, cada vez más complejo y exigente para la ciudadanía. En primer lugar, se presenta una breve reflexión sobre el marco actual de la desinformación y de la polarización política que domina el ecosistema mediático contemporáneo, que justifica el desarrollo de medidas para el impulso de la educación mediática en todo el mundo, poniendo el foco en Francia y Bélgica. En segundo lugar, se reflexiona sobre la expresión “educación mediática e informacional”, que responde a una

tradición pedagógica diferente a la de la “alfabetización mediática e informacional”. En realidad, ambas denominaciones persiguen un mismo objetivo: la formación de ciudadanos libres y autónomos, con capacidad crítica, garantía de una democracia saludable. Seguidamente, se ofrece un breve resumen de los contenidos de la obra, y se exponen las fuentes de financiación y agradecimientos de esta obra colectiva.

Abstract

The development of media and information literacy in today's world responds to the urgent need to address a global media ecosystem that is increasingly complex and demanding for citizens. First, we present a brief reflection on the current context of disinformation and political polarization that dominates the media ecosystem today, which justifies the development of measures to promote media literacy around the world, with a focus on France and Belgium. Secondly, it reflects on the expression “media and information literacy,” which responds to a pedagogical tradition different from that of “media and information literacy.” In reality, both terms pursue the same objective: the formation of free and autonomous citizens with critical thinking skills, which is a guarantee of a healthy democracy. Next, a brief summary of the contents of the work is provided, and the sources of funding and acknowledgments for this collective work are presented.

1.

EL DESARROLLO DE LA SOCIEDAD-RED Y EL AUGE DE LA DESINFORMACIÓN

A finales del siglo XX, la conceptualización de la *sociedad-red* proyectaba un horizonte idóneo para una gran expansión de la de-

BLOQUE I:

**Los reguladores
audiovisuales
y la educación
mediática**

1 | La educación mediática para el regulador audiovisual francés

Manon Conan, Jefa del Departamento de “Educación mediática y sensibilización de los derechos de autor”, Autorité de Régulation de la Communication Audiovisuelle et Numérique (Arcom, Francia), manon.conan@arcom.fr

Resumen

Arcom, el regulador audiovisual francés creado en 2022, sitúa la educación en medios, información y ciudadanía digital (EMI&CN) como un pilar esencial de su misión democrática. Ante los retos de la desinformación y los riesgos digitales, la institución complementa la normativa legal con un enfoque pedagógico para proteger a los ciudadanos y menores. Para desplegar esta estrategia, Arcom actúa bajo seis objetivos clave. En primer lugar, Arcom participa en la cocreación de recursos, en la elaboración de materiales educativos con socios institucionales y tecnológicos. En segundo lugar, a través de la realización de alianzas estratégicas, con la firma de convenios a largo plazo con ministerios y escuelas de comunicación. En tercer lugar, mediante la formación de formadores, necesaria para la capacitación de docentes y estudiantes

de periodismo para generar un efecto multiplicador. En cuarto lugar, a través de su red territorial y la coordinación con las Arcom locales para difundir recursos en toda Francia. En quinto lugar, mediante la supervisión de los medios y plataformas, con el fin de que cumplan con sus obligaciones y deberes educativos por ley. En sexto lugar, a través de la organización de Proyectos/Actividades como el “Documental de bolsillo” para fomentar el espíritu crítico. En definitiva, Arcom busca empoderar a la ciudadanía para que comprenda y utilice responsablemente los ecosistemas mediáticos digitales de la actualidad.

Abstract

Arcom, the French audiovisual regulator created in 2022, places media, information, and digital citizenship education (EMI&CN) as an essential pillar of its democratic mission. Faced with the challenges of disinformation and digital risks, the institution complements legal regulations with an educational approach to protect citizens and minors. To deploy this strategy, Arcom acts under six key objectives. First, Arcom participates in the co-creation of resources and the development of educational materials with institutional and technological partners. Second, it forms strategic alliances by signing long-term agreements with ministries and communication schools. Third, by training trainers, which is necessary for the training of journalism teachers and students to generate a multiplier effect. Fourth, through its territorial network and coordination with local Arcoms to disseminate resources throughout France. Fifth, by supervising the media and platforms to ensure that they comply with their educational obligations and duties under the law. Sixthly, through the organization of events such as the “Pocket Documentary” to encourage critical thinking. In short, Arcom seeks to empower citizens to understand and use today’s digital media ecosystems responsibly.

2 | La educación mediática para el regulador audiovisual belga (Valonia-Bruselas)

Madeleine Cantaert, Consejera en la Unidad de Medios, Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (Valonia, Bélgica), madeleine.cantaert@csa.be

Resumen

El Consejo Superior Audiovisual (CSA) de la Federación Valonia-Bruselas regula la educación mediática centrándose en los medios de comunicación públicos. La RTBF, bajo su contrato de gestión 2023-2027, cumple indicadores cuantificables que incluyen la difusión anual de al menos 40 programas educativos y contenidos semanales para jóvenes. Por su parte, los 12 medios locales tienen la obligación desde 2021 de realizar cinco iniciativas anuales, como talleres o secuencias digitales adaptadas a públicos vulnerables. El CSA supervisa estas obligaciones distinguiendo la educación mediática de la formación profesional; su enfoque prioriza el análisis crítico y el descifrado del lenguaje audiovisual. Además de inspeccionar, el CSA desarrolla acciones propias, como el taller pedagógico «*Dans la peau du CSA*», para fomentar la

transparencia institucional y explicar los límites de la libertad de expresión. Así, la regulación audiovisual actúa como palanca para fortalecer la alfabetización mediática y la democracia en la región.

Abstract

The Audiovisual Council (CSA) of the Wallonia-Brussels Federation regulates media education with a focus on public media. Under its 2023-2027 management contract, RTBF meets quantifiable indicators that include the annual broadcast of at least 40 educational programs and weekly content for young people. For their part, the 12 local media outlets have been required since 2021 to carry out five annual initiatives, such as workshops or digital sequences adapted to vulnerable audiences. The CSA supervises these obligations by distinguishing media education from vocational training; its approach prioritizes critical analysis and the decoding of audiovisual language. In addition to inspecting, the CSA develops its own actions, such as the educational workshop “Dans la peau du CSA” (In the shoes of the CSA), to promote institutional transparency and explain the limits of freedom of expression. Thus, audiovisual regulation acts as a lever to strengthen media literacy and democracy in the region.

1.

INTRODUCCIÓN: EL CSA

El Consejo Superior Audiovisual (CSA) es una autoridad administrativa independiente encargada de la regulación de los medios de comunicación en la Federación Valonia-Bruselas. Como garante del cumplimiento de la legislación audiovisual, el CSA realiza controles anuales sobre las obligaciones de los actores audiovisuales bajo su competencia, emite dictámenes al Gobierno, elabora estudios y formula recomendaciones al sector, entre otras

BLOQUE II:

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

3 | La educación mediática en France Télévisions

Anne Daroux, Directora de l'unité éducation, Lumni.fr, France Télévisions, anne.daroux@francetv.fr

Resumen

France Télévisions, el medio de comunicación público francés, sitúa la Educación en Medios e Información (EMI) como una prioridad estratégica, centralizada principalmente en su plataforma *Lumni Enseignement*. El objetivo fundamental es desarrollar el espíritu crítico de los jóvenes y acompañarlos en un uso responsable de las redes sociales. La oferta se adapta por niveles educativos: en Primaria se enseña a descifrar imágenes, mientras que en Secundaria y Bachillerato se profundiza en la lucha contra la desinformación, las teorías conspirativas y el impacto de la IA. Destacan producciones como *Résotuto*, tutoriales sobre el uso seguro de redes; *S.P.A.M.*, que responde a dudas del alumnado con apoyo de expertos; y la serie *En quête d'images Ado*. Más allá de lo digital, la cadena realiza una intensa labor presencial, alcanzando a más de 20.000 alumnos en 2024 mediante talleres y clases magistrales. Esta estrategia integral, apoyada en colaboraciones con entidades como el *CLEMI*, busca formar una ciudadanía informada ante un ecosistema mediático complejo.

Abstract

France Télévisions, the French public media outlet, places Media and Information Literacy (MIL) as a strategic priority, mainly centralized on its *Lumni Enseignement* platform. The fundamental objective is to develop young people's critical thinking skills and guide them in the responsible use of social media. The program is adapted to different educational levels: in primary school, students learn to decipher images, while in secondary school and high school, they delve deeper into the fight against misinformation, conspiracy theories, and the impact of AI. Noteworthy productions include *Résotuto*, tutorials on the safe use of social media; *S.P.A.M.*, which answers students' questions with the support of experts; and the series *En quête d'images Ado*. Beyond the digital realm, the channel carries out intensive in-person work, reaching more than 20,000 students in 2024 through workshops and master classes. This comprehensive strategy, supported by collaborations with entities such as *CLEMI*, seeks to educate an informed citizenry in the face of a complex media ecosystem.

1.

INTRODUCCIÓN

La educación en medios de comunicación e información (EMI) es una prioridad para France Télévisions y su programa específico Lumni. Los recursos pedagógicos de Lumni.fr y nuestras acciones educativas sobre el terreno tienen como objetivo principal desarrollar una mirada crítica de los jóvenes frente a la información. Más allá de enseñarles a verificar sus fuentes, analizar y evaluar la información, y sensibilizarlos sobre los peligros de las noticias falsas, también nos importa acompañarlos en un uso responsable de las redes sociales y, sobre todo, ayudarlos a desarrollar su espíritu crítico. La dependencia de los jóvenes de las redes y las

4 | La educación mediática en la cadena RTBF

Stéphane Hoebeke, Jurista experto en educación mediática y representante de las emisiones de «Les classes Niouzz» de la RTBF, Federación de Valonia-Bruselas, sho@rtbf.be

Resumen

En 2023, el servicio público de comunicación RTBF, Radiotelevisión de la Bélgica Francófona, implementó un plan estratégico transversal para integrar la educación mediática en todas sus áreas de servicio público. Estructurado en ocho acciones, este plan busca fomentar el espíritu crítico y la cohesión social frente a desafíos como la desinformación y el impacto de los algoritmos. La estrategia incluye la difusión de contenidos inclusivos para todas las edades —como *Les Niouzz* para niños o *Tarmac* para jóvenes— y el uso de herramientas de verificación como *Faky*. Además, la RTBF promueve la participación ciudadana a través de talleres, visitas guiadas y mecanismos de mediación directa con el público. Para asegurar su eficacia, la cadena colabora con organismos internacionales y universidades, forma continuamente a su personal en técnicas de investigación y realiza una rendición de cuentas anual ante el Consejo Superior de Educación en Medios (CSEM) de la Federación Valonia-Bruselas.

Abstract

In 2023, the public service broadcaster RTBF (Radio Télévision de la Belgique Francophone) implemented a cross-cutting strategic plan to integrate media literacy into all areas of its public service. Structured around eight actions, this plan seeks to foster critical thinking and social cohesion in the face of challenges such as disinformation and the impact of algorithms. The strategy includes the dissemination of inclusive content for all ages —such as Les Niouzz for children and Tarmac for young people— and the use of verification tools such as Faky. In addition, RTBF promotes citizen participation through workshops, guided tours, and direct mediation mechanisms with the public. To ensure its effectiveness, the network collaborates with international organizations and universities, continuously trains its staff in research techniques, and reports annually to the Higher Council for Media Education (CSEM) of the Wallonia-Brussels Federation.

1.

INTRODUCCIÓN

En 2023, el administrador general de la RTBF decidió crear un grupo de trabajo interno encargado de reflexionar sobre la educación en medios de comunicación dentro de los medios de comunicación públicos. El resultado fue un plan estratégico anual y el nombramiento de una persona responsable de coordinar las acciones. A nivel estructural, la educación en medios de comunicación no se constituye en forma de departamento o unidad específica, ya que se consideró más pertinente abordar esta temática social de manera transversal, atravesando todos los equipos de la RTBF y todas sus ofertas de contenidos, para dirigirse a todos sus públicos. El enfoque de la RTBF, como hemos señalado, es el de un medio de comunicación global, activo en la radio, la televisión,

5 | La educación mediática en la cadena franco-alemana ARTE

Caroline Ghienne, Directora General de ARTE Éducation,
c-ghienne@artefrance.fr

Resumen

ARTE Éducation nació de la demanda docente para integrar los contenidos del canal público franco-alemán en las aulas, materializándose en las plataformas *Educ'ARTE* (secundaria) y *ARTE Campus* (educación superior). Su modelo de financiación se basa en una cadena de valor cooperativa que permite que el servicio sea gratuito para alumnos y profesores, siendo costeadado por instituciones o entidades territoriales. La Educación en Medios e Información (EMI) es el pilar central de su oferta, que incluye: un catálogo de más de 400 obras audiovisuales sobre análisis de imagen, desinformación, algoritmos e inteligencia artificial; más de 3.000 vídeos multilingües equipados con herramientas digitales para realizar recortes, mapas mentales y transcripciones interactivas; y un acompañamiento pedagógico con más de 180 fichas y proyectos creativos como “*Fabrique ton*

ARTE Journal". Los estudios de impacto revelan que el 99% de los docentes considera fiables sus contenidos y el 90% afirma que la plataforma es clave para desarrollar el espíritu crítico y la apertura cultural del alumnado.

Abstract

ARTE Éducation was born out of demand from teachers to integrate content from the Franco-German public channel into the classroom, materializing in the form of the *Educ'ARTE* (secondary education) and *ARTE Campus* (higher education) platforms. Its funding model is based on a cooperative value chain that allows the service to be free for students and teachers, with costs covered by institutions or local authorities. Media and Information Literacy (MIL) is the central pillar of its offering, which includes: a catalog of more than 400 audiovisual works on image analysis, disinformation, algorithms, and artificial intelligence; more than 3,000 multilingual videos equipped with digital tools for making clippings, mind maps, and interactive transcripts; and pedagogical support with more than 180 files and creative projects such as "*Fabrique ton ARTE Journal*". Impact studies reveal that 99% of teachers consider its content to be reliable and 90% say that the platform is key to developing students' critical thinking and cultural openness

1.

ARTE ÉDUCATION

ARTE Educación se creó con el objetivo de hacer accesibles la cultura y el conocimiento a los jóvenes, situando a los docentes en el centro de la mediación pedagógica. Sus servicios, *Educ'ARTE*, para la enseñanza secundaria, y *ARTE Campus*, para la enseñanza superior, ofrecen más de 3.000 contenidos audiovisuales multilin-

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)

Sébastien Grau, responsable de proyectos del Conseil Supérieur de l'Éducation aux Médias (CSEM) de Bélgica, Sebastien.GRAU@cfwb.be

Resumen

El Consejo Superior de Educación en Medios de Comunicación (CSEM), creado en 2008 y reforzado por un decreto en 2024, es el organismo central que dirige la política de educación mediática (EAM) en la Federación Valonia-Bruselas. La EAM se define como un conjunto de prácticas transversales destinadas a desarrollar el espíritu crítico, la creatividad y la autonomía de los ciudadanos a lo largo de toda su vida. El CSEM coordina misiones clave como la formación de docentes, la financiación de proyectos innovadores y la organización de eventos como la Semana de la EAM. Entre sus iniciativas destacan programas como “*Periodistas en clase*” y “*Abrir mi periódico diario*”. Además, colabora internacionalmente en proyectos como *EDMO Belux* para combatir la desinformación y *Betternet* para promover la seguridad digital. Finalmente, el CSEM

asegura la integración de estas competencias de forma transversal en el currículo escolar belga.

Abstract

The Higher Council for Media Education (*CSEM*), created in 2008 and reinforced by a decree in 2024, is the central body that directs media education policy (EAM) in the Wallonia-Brussels Federation. ME is defined as a set of cross-cutting practices aimed at developing citizens' critical thinking, creativity, and autonomy throughout their lives. The CSEM coordinates key missions such as teacher training, funding innovative projects, and organizing events such as ME Week. Its initiatives include programs such as “*Journalists in the Classroom*” and “*Open My Daily Newspaper*”. It also collaborates internationally on projects such as *EDMO Belux* to combat disinformation and *Betternet* to promote digital safety. Finally, the CSEM ensures the cross-cutting integration of these skills into the Belgian school curriculum.

1.

INTRODUCCIÓN

La educación en medios de comunicación en la Federación Valonia-Bruselas se ha desarrollado progresivamente desde la década de 1980 para responder a los retos planteados por la evolución de los medios de comunicación y la tecnología digital. El Consejo Superior de Educación en Medios de Comunicación (*CSEM*), creado en 2008 y cuyas funciones se han reforzado mediante el *decreto relativo a la educación en medios de comunicación de 2024*, dirige esta ambiciosa política. Sus misiones incluyen la coordinación, el apoyo a proyectos, la producción de herramientas y la organización de eventos. A través de sus operaciones, convocatorias de proyectos y asociaciones, su objetivo es desarrollar el espíritu crítico, la crea-

7 | La educación mediática en el sistema educativo francés

Serge Barbet, Director del Centre pour l'Éducation aux Médias et à l'Information (CLEMI), s.barbet@clemi.fr

Resumen

En la era de las sociedades digitales, la educación en medios de comunicación e información (EMI) se sitúa en el centro de los retos de competencias del siglo XXI. En Francia, el centro de enlace de la enseñanza y de los medios de comunicación (CLEMI) lleva más de cuarenta años trabajando en el sistema educativo para el desarrollo de esta enseñanza transversal. Además de sus misiones de formación de profesores, producción y difusión de recursos pedagógicos y organización de acciones emblemáticas, como la Semana de la Prensa y los Medios de Comunicación en la Escuela, este servicio público acompaña al Ministerio de Educación Nacional en el despliegue de la EMI, tanto en lo que se refiere a los programas de enseñanza como a la gestión de las redes académicas encargadas de su aplicación operativa.

Abstract

In the age of digital societies, media and information literacy (MIL) is at the heart of the skills challenges of the 21st century. In France, the Center for the Link between Education and the Media (CLEMI) has been working within the education system for over 40 years to develop this cross-curricular teaching. In addition to its missions of teacher training, production and dissemination of educational resources, and organization of flagship events such as Press and Media Week in Schools, this public service supports the Ministry of National Education in the rollout of MIL, both in terms of teaching programs and the management of the academic networks responsible for its operational implementation.

1.

EL CLEMI, COMPROMETIDO DESDE HACE MÁS DE 40 AÑOS CON LA EDUCACIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

El Centro de Enlace para la Enseñanza y los Medios de Comunicación (CLEMI) trabaja desde 1983 en el desarrollo de la educación en medios de comunicación e información (EMI). Este organismo tiene su origen a principios de la década de 1970, cuando la llegada de los medios de comunicación de masas hizo que se desarrollara la idea de aprender a leer las imágenes y los mensajes mediáticos. Jacques Gonnet, antiguo profesor de la Universidad París III - Sorbona Nueva y posteriormente inspector general de Educación Nacional, se interesó muy pronto por el papel de los medios de comunicación en la formación de los alumnos. Al fundar el CLEMI, se convirtió en uno de los pioneros de la reflexión sobre la educación en medios de comunicación e información y su introducción en el sistema educativo francés.

Algunas conclusiones: lecciones para el futuro

Javier Marzal Felici, Univ. Jaume I de Castellón, marzal@uji.es

Roberto Arnau Roselló, Univ. Jaume I de Castellón, rarnau@uji.es

Resumen

El presente capítulo cierra la obra *La educación mediática en Francia y Bélgica* con una serie de reflexiones de carácter conclusivo, con el objetivo de extraer enseñanzas que puedan ser aplicables al contexto español e iberoamericano. En primer lugar, se subraya la importancia de la educación mediática como estrategia idónea para empoderar a una ciudadanía crítica, que haga posible una regeneración democrática. En segundo lugar, se destaca el protagonismo de los reguladores audiovisuales en la promoción de la educación mediática en Francia y Bélgica-Valonia. A continuación, se realiza un balance comparado del papel de tres medios de comunicación públicos de estos países en el impulso de la educación mediática. En cuarto lugar, se extraen las principales estrategias de promoción de la educación mediática en dos entidades educativas especializadas en este campo. El capítulo se cierra con una reflexión final sobre las virtudes del ecosistema educativo y mediático para el impulso de la educación mediática

en Francia y Bélgica, que podría ser trasladable a nuestro ámbito político, social y cultural.

Abstract

This chapter concludes the work *Media Education in France and Belgium* with a series of concluding reflections, with the aim of drawing a number of lessons that can be applied to the Spanish and Latin American context. First, it highlights the importance of media education as an ideal strategy for empowering critical citizens, enabling democratic regeneration. Secondly, it highlights the leading role of audiovisual regulators in promoting media education in France and Belgium-Wallonia. Next, it provides a comparative assessment of the role of three public media outlets in these countries in promoting media education. Fourthly, the main strategies for promoting media literacy in two educational institutions specializing in this field are outlined. The chapter concludes with a final reflection on the virtues of the educational and media ecosystem for promoting media literacy in France and Belgium, which could be transferred to our political, social, and cultural sphere.

1.

REFLEXIONES SOBRE EL DESAFÍO DE LA EDUCACIÓN MEDIÁTICA

Hemos visto cómo la sociedad contemporánea ha transitado de la promesa democratizadora de la sociedad-red a una realidad marcada por la “infotoxicación” y la manipulación sistémica. En este contexto, aunque este asunto ha sido abordado con mucha amplitud en la obra colectiva *La alfabetización mediática e informacional en la era de la desinformación. Retos y propuestas de desarrollo*

Referencias bibliográficas y documentales

Aguaded, Ignacio et al. (2025). *Políticas públicas para la alfabetización mediática e informacional. La acción política educadora en Europa y Latinoamérica*. Huelva: Grupo Comunicar ediciones y Alfamed. <https://doi.org/10.3916/AMI-politicas>

Arcom (Autorité de Régulation de la Communication Audiovisuelle et Numérique) (2024). *Étude de l'Arcom sur les français et l'information*. Paris: Arcom. Disponible en: <https://www.arcom.fr/se-documenter/etudes-et-donnees/etudes-bilans-et-rapports-de-larcom/les-francais-et-linformation> (Consulta: 20/11/2025).

Arcom (Autorité de Régulation de la Communication Audiovisuelle et Numérique) (2025). *Mineurs en ligne: quels risques? Quelles protections?* Paris: Arcom. Disponible en: <https://www.arcom.fr/se-documenter/etudes-et-donnees/etudes-bilans-et-rapports-de-larcom/protection-des-mineurs-en-ligne-quels-risques-quelles-protections> (Consulta: 20/11/2025).

Arcom (2025b). *Rapport sur l'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique 2024-2025*. Paris: Arcom. Disponible en: <https://www.arcom.fr/sites/default/files/2025-12/Arcom-Ra>

pport-sur-education-aux-medias-a-information-et-a-la-citoyen-nete-numerique-exercice-2024-2025.pdf

Buckingham, David (2005) [2003]. *Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Barcelona: Paidós Comunicación.

Casás, José y Fernández Lombao, Tania (2025). Estancamiento del *fact-checking* en los medios públicos desde la pandemia hasta hoy: los casos de ZDF, FT y BBC. *Revista de Comunicación*, vol. 24, n. 2. Piura, Ecuador: set. / feb. 2025. <https://doi.org/10.26441/rc24.2-2025-3992>

Castells, Manuel (1997). *La era de la información. I. La sociedad-red*. Madrid: Alianza Editorial.

Castells, Manuel (2024). *La sociedad digital*. Madrid: Alianza Editorial.

CESE, Conseil Économique, Social et Environnemental (2025). *Rapport de la Convention citoyenne sur le temps de l'enfant*. Paris: Conseil Économique, Social et Environnemental. <https://www.lecese.fr/sites/default/files/CCTE-Rapport-citoyen.pdf>

Coeckelberg, Mark (2024). *Por qué la IA debilita la democracia y qué hacer al respecto*. Madrid: Cátedra.

Comisión Europea y Parlamento Europeo (2022). Reglamento (UE) 2022/2065, de servicios digitales (Digital Services Act). Bruselas. <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj/eng> EUR-Lex (Consulta: 18/09/2025).

Comisión Europea y Parlamento Europeo (2024). Reglamento (UE) 2024/1083, por el que se establece un marco común para los servicios de medios de comunicación (European Media Freedom Act, EMFA, Reglamento Europeo sobre la Libertad de los Medios de Comunicación). Bruselas. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=OJ:L_202401083 (Consulta: 18/08/2025).

CNMC, Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2025). *Informe sobre medidas de alfabetización mediática desarrolladas en España en el periodo 2023-2025*. Madrid: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, REF. INF/DTSA/170/25. Disponible en: <https://www.cnmc.es/expedientes/infdtsa17025>

Curriculum Vitae de las autoras y autores

Serge Barbet

Director del “Centre pour l’Éducation aux Médias et à l’Information, CLEMI”. Antiguo periodista de prensa escrita, se convirtió en asesor del alcalde de Lyon en 2001 y posteriormente del presidente del Gran Lyon en 2008. En 2014 fue nombrado asesor de la ministra de Derechos de la Mujer, Ciudad, Juventud y Deportes, y ese mismo año asesor encargado de la educación para la ciudadanía de la ministra de Educación Nacional, Enseñanza Superior e Investigación. En 2017, Serge Barbet asumió la dirección del Centro de Enlace de la Enseñanza y los Medios de Comunicación (CLEMI). Preside el grupo de expertos cuyo informe «Reforzar la educación en los medios de comunicación, la información y la ciudadanía digital» se presentó al ministro de Educación Nacional, Juventud y Deportes en julio de 2021. Autor de numerosos artículos e informes sobre educación en medios de comunicación e información, preside la red francófona de educación en medios de comunicación e información desde octubre de 2024.

Manon Conan

Jefa del Departamento de “Educación mediática y sensibilización de los derechos de autor”, Autorité de Régulation de la Communication Audiovisuelle et Numérique (Arcom, Francia). Licenciada en Ciencias políticas por la Universidad Lumière Lyon 2 y Master en Gestión de Medios y Digital por el CELSA (*École des hautes études en sciences de l’information et de la communication*), Manon Conan se incorporó al Consejo Superior Audiovisual (antes Arcom) como responsable de misión en la dirección de programas en octubre de 2015. Desde 2022 dirige el Departamento de “Educación mediática y sensibilización de los derechos de autor”, responsable de la implementación de las acciones de Arcom en este ámbito.

Madeleine Cantaert

Consejera en la Unidad de Medios, Conseil Supérieur de l’Audiovisuel (Valonia, Bélgica). Socióloga de formación, aunque desde muy pronto se dedicó al sector audiovisual como asistente de proyectos y de comunicación en la *Film Office* de Bruselas. También ha efectuado labores de gestión audiovisual como *Project Manager* para la promoción de las industrias culturales y creativas del *Bruxelles Invert Export*. Desde 2016 se integra en la autoridad administrativa independiente encargada de regular el sector de los medios audiovisuales en la Federación Valonia-Bruselas (El Consejo Superior Audiovisual- CSA), donde actualmente es consejera en la Unidad de Medios del Consejo.

Anne Daroux

Directora de l’unité éducation, Lumni.fr, France Télévisions. Comenzó su carrera profesional como asistente parlamentaria durante 7 años. En 2001, se incorporó a France 5, donde ocupó

Acercade la colección

La Colección *Cuadernos de Pensamiento, Comunicación y Cultura (CCPCC)* publica monografías, ensayos de autoría individual y obras colectivas centradas en la comunicación en un sentido amplio, con una preocupación transversal: impulsar el pensamiento crítico en el marco de la cultura audiovisual contemporánea.

Partimos de la idea de que la comunicación es hoy uno de los ejes principales de reflexión de las humanidades y las ciencias sociales: un campo multidisciplinar en el que confluyen enfoques y metodologías diversos. Entre sus áreas de interés se incluyen, entre otras:

- comunicación audiovisual, cine, televisión y cultura visual
- periodismo y estudios de la información
- comunicación publicitaria y relaciones públicas
- dirección de comunicación y comunicación estratégica
- sociología, historia y psicología de la comunicación
- comunicación política y estudios culturales

- fotografía, estética y comunicación artística
- videojuegos y narrativas digitales
- filosofía y teoría crítica de la comunicación
- comunicación de masas, crítica mediática y análisis del discurso

Tipos de obras que publica la colección

La CCPCC está abierta, principalmente, a los siguientes tipos de propuestas:

1. **Monografías o ensayos** derivados de investigaciones relevantes, firmadas por autoras y autores con trayectoria académica consolidada, del ámbito español y/o iberoamericano.
2. **Investigaciones de interés científico, social y/o cultural** procedentes de proyectos competitivos y/o tesis doctorales con prestigio académico acreditado.
 - Si la obra procede de una tesis doctoral, se exige su reescritura y adaptación al formato de ensayo académico.
3. **Obras colectivas** vinculadas a proyectos competitivos y/o investigaciones individuales o de grupo con financiación (convocatorias competitivas u otros fondos). En esos casos, deberá constar una mención explícita de la financiación en la propia obra y la inclusión de los logotipos correspondientes en la contraportada.
4. **Resultados de investigación** de naturaleza teórica o aplicada (estudios de caso, investigación empírica, experimentos, análisis de la praxis profesional, etc.) con potencial para su uso como manuales docentes, especialmente en titulaciones y asignaturas del ámbito de la comunicación.

Lenguas de publicación: las principales lenguas de la colección son el castellano y el valenciano (o catalán).

Compromiso editorial: calidad, transparencia y rigor

Esta iniciativa de la editorial Nau Llibres aspira a cumplir con las prácticas de calidad de las editoriales de referencia en los campos científicos de las humanidades y de las ciencias sociales. Para ello, la colección adopta un marco de trabajo basado en transparencia, rigurosidad y evaluación experta.

Envío de propuestas

La editorial ha habilitado un procedimiento de recepción de originales y propuestas en:

www.ccpcc.naullibres.com/propuestas

Requisitos de presentación

- Obras individuales: se aceptarán únicamente manuscritos completos, acompañados del Curriculum Vitae del autor/a o autores/as.
- Obras colectivas: se presentará un proyecto de libro con estructura pautada, que incluirá:
 - descripción detallada de la obra (objetivos, enfoque, índice provisional y justificación)
 - currículos de autores/as y editores/as
 - planificación y plazo de entrega del manuscrito final

Evaluación editorial y revisión por pares

Las propuestas serán evaluadas en dos fases:

1. Evaluación inicial por el Comité Editorial de la colección.
2. Si la propuesta supera esta fase, el manuscrito final se someterá a revisión por pares externa, a cargo de dos especialistas ajenos a la editorial. El anonimato de las evaluaciones será preservado.

Las revisiones externas de los manuscritos serán remuneradas. Las decisiones editoriales se adoptarán con criterios de rigor y serán debidamente argumentadas y comunicadas por escrito a las autoras y autores.

La selección de títulos publicados en la CCPCC responderá exclusivamente a la calidad de las obras, con independencia de la procedencia institucional de autores/as y editores/as (universidades, centros de investigación, entidades educativas o empresas).

Las decisiones editoriales se tomarán desde el máximo rigor e independencia, con la participación de la dirección de la colección, del Comité Científico y del Comité Editorial.

Transparencia en la financiación

La web de la colección informará sobre la fuente o fuentes de financiación de los títulos publicados. Cuando exista financiación pública, se dejará constancia en la introducción de la obra y, en su caso, se incluirán en la contraportada los logotipos de las entidades financiadoras.

Finalmente, todo el proceso editorial de la colección seguirá un sistema de garantía de calidad, conforme a estándares y rutinas profesionales de gestión editorial.

Distribución y acceso

Todas las obras se publicarán en versión impresa (papel) y versión digital.

Con el objetivo de favorecer la difusión, en el caso de monografías y obras colectivas se ofrecerá en acceso abierto:

- el índice, y
- un extracto que incluirá el prólogo y la introducción.

Publicación en acceso abierto de la obra completa (cuando proceda)

Cuando la naturaleza del proyecto de investigación requiera la difusión sin coste para el lector, la viabilidad económica del libro podrá articularse mediante coedición, de manera que la obra (monografía u obra colectiva) esté disponible en acceso abierto desde la fecha de publicación oficial:

- en el sitio web de la colección de Nau Llibres, y
- en el sitio web del proyecto de investigación y/o de la entidad coeditora.

Depósito en repositorios (versión del autor)

Se permitirá el depósito en acceso abierto de la versión del autor (manuscrito previo a la maquetación editorial), una vez queden cubiertos los costes de edición, de acuerdo con las condiciones establecidas para cada proyecto.



“Esta publicación ha sido posible con la ayuda del proyecto de investigación “Alfabetización mediática en los medios de comunicación públicos. Análisis de estrategias y procesos de colaboración entre medios e instituciones educativas en Europa y en España (AMI-EDUCOM)”, con código PID2022-13884NB-I00, bajo la dirección de Javier Marzal Felici (IP1) y Roberto Arnau Roselló (IP2), en el periodo 2023-27, financiado por la Agencia de Investigación Estatal (AEI) del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades del Gobierno de España.

Además, esta obra ha recibido apoyo económico de la Cátedra de Análisis y Prospectiva del Audiovisual del Consejo Audiovisual de la Comunidad Valenciana en la Universitat Jaume I, bajo la dirección de Javier Marzal Felici y de la Cátedra RTVE de "Cultura Audiovisual y Alfabetización Mediática" en la Universitat Jaume I, bajo la dirección de Teresa Sorolla Romero”.