

Informe sobre el *estado de la cultura* en España 2025

Cultura para la paz



Nº 25 / 2025

2

¿Conectados y Vulnerables? El gran reto de la AMI en la España de 2025

por JOSÉ IGNACIO PASCUAL-ARILLA

2

¿Conectados y Vulnerables? El gran reto de la AMI en la España de 2025

por JOSE IGNACIO PASTOR PÉREZ

ABSTRACT

La Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) se ha consolidado como una competencia indispensable para el ejercicio de la ciudadanía en las sociedades democráticas contemporáneas. A pesar del notable crecimiento de iniciativas públicas y privadas en España, persisten desafíos estructurales significativos, como la fragmentación institucional, la escasa inversión educativa, las brechas digitales y la ausencia de indicadores comunes para su evaluación. Este artículo analiza el estado actual de la AMI en el país, identifica los principales actores implicados y propone un enfoque sistémico que articule eficazmente los recursos disponibles, la formación docente y políticas públicas coherentes. El objetivo final es fortalecer el pensamiento crítico y fomentar la participación ciudadana en el entorno digital.

Palabras clave: Alfabetización mediática, desinformación, ciudadanía digital, educación crítica, políticas públicas.

INTRODUCCIÓN

La Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) es una competencia esencial en el siglo XXI, indispensable para la participación ciudadana activa y la resiliencia democrática. Vivimos en un entorno digital cada vez más complejo y saturado de información, donde la desinformación, la censura informativa y la

información maliciosa constituyen unas amenazas muy serias, no sólo para las democracias, sino también para la defensa de los derechos humanos a nivel global (Marzal-Felici y Casero-Ripollés 2025). La UNESCO la ha definido e impulsado de forma decidida.

La AMI proporciona las herramientas clave para evaluar críticamente los medios y las fuentes de información, analizando cómo se crean y transmiten los mensajes y cuál es su audiencia prevista. Por su parte, la Comisión Europea considera que la alfabetización mediática abarca la capacidad de las personas para acceder, comprender, crear y evaluar de forma crítica los diferentes tipos de medios de comunicación, con el objetivo de participar activamente en la vida democrática. La AMI es indispensable para abordar problemas contemporáneos como la dieta mediática desequilibrada, la adicción tecnológica y las cuestiones de identidad, privacidad y seguridad en línea

En España, la relevancia de la AMI ha cobrado una importancia creciente, impulsada por la proliferación de la desinformación, los desafíos de la ciberseguridad y la necesidad imperante de proteger a los menores en entornos digitales. Este artículo aborda la situación actual de la AMI en España, explorando su marco conceptual, institucional y normativo, identificando desafíos y problemáticas, analizando los agentes implicados y proponiendo retos y recomendaciones clave para fomentar una ciudadanía más crítica, informada y participativa.

Aunque de una manera resumida por su limitada extensión, el presente artículo se basa en un análisis exhaustivo de la información disponible, sustentado por múltiples fuentes.

1. AMI, MARCO CONCEPTUAL

La UNESCO define la AMI¹ como una herramienta crucial para el empoderamiento de la ciudadanía en la sociedad actual, caracterizada por una sobreabundancia de información y la proliferación de noticias falsas y desinformación. Promueve que las personas puedan participar de manera informada y activa en los procesos democráticos, proteger sus derechos y ejercer su ciudadanía de manera responsable. Es decir, integra capacidades mediáticas (pensamiento crítico frente a los medios) e informacionales (búsqueda y gestión de la información) con competencias digitales (uso de tecnologías y plataformas).

La AMI es una competencia global, producto de la interconexión de tres enfoques fundamentales de la alfabetización:

Mediática: Implica la comprensión del rol social de los medios, el análisis crítico de sus contenidos y mensajes, así como la capacidad de producir contenido propio. Esto incluye entender cómo nacen y circulan noticias, anuncios y entretenimiento en prensa, radio, televisión y redes sociales, así como la detección de sesgos, propaganda y estereotipos en mensajes audiovisuales y textuales. Su

desarrollo fomenta el pensamiento crítico para cuestionar las intenciones y fuentes detrás de cada contenido.

Informacional: Se centra en la capacidad de localizar, evaluar y emplear información fiable. Esto abarca la búsqueda eficiente en bases de datos, bibliotecas digitales y repositorios académicos; la evaluación de la credibilidad según la autoría, metodología y revisión por pares; y el uso ético de la información, incluyendo la citación adecuada, el reconocimiento de derechos de autor y la lucha contra el plagio.

Digital: Engloba el dominio de herramientas, habilidades técnicas y el uso de plataformas digitales y entornos tecnológicos, con un énfasis en la seguridad y la creación de contenidos. Incluye el manejo práctico de dispositivos, sistemas operativos, software de oficina y plataformas colaborativas; conocimientos de seguridad como la gestión de contraseñas, el cifrado básico, la protección de datos personales; la creación y publicación de contenidos multimedia (blogs, podcasts, infografías) con un comportamiento responsable en línea.

Además, (Ferrés y Piscitel, 2012) han planteado seis dimensiones diferentes y complementarias de la AMI: lenguajes, tecnología, procesos de interacción, producción y difusión, ideología y valores, estética.

El marco europeo de competencias digitales propone la alfabetización digital como una competencia multifacética y evolutiva, relevante para la vida, el trabajo y la participación social, que incorpora los principios fundamentales de acceso, gestión, comunicación, evaluación y creación de información digital².

La implementación de la AMI debe realizarse en todos los ámbitos -formal, no formal e informal- y a lo largo de la vida, para empoderar a la ciudadanía digital.

Es clave para la democracia y la participación ciudadana. UNESCO defiende que “la ciudadanía alfabetizada en medios” participa más eficazmente en el diálogo, la igualdad, la paz y el desarrollo sostenible³. La Comisión Europea vincula directamente la AMI con “participar activamente en la vida democrática”, señalando que solo ciudadanos informados pueden influir con criterio en las decisiones públicas⁴.

Fomenta el pensamiento crítico al enseñar a evaluar la veracidad y pertinencia de los mensajes. Dota a la ciudadanía de habilidades para analizar información, de modo que se conviertan en consumidores y productores autónomos de contenidos, capaces de detectar desinformación y contribuir al debate público. En el sistema educativo se promueven la creatividad y la reflexión como pilares de la AMI, formando ciudadanos críticos y comprometidos que interpretan quién produce cada mensaje y con qué intención.

2. DESAFÍOS Y PROBLEMÁTICAS IDENTIFICADAS EN ESPAÑA

España ha avanzado significativamente en la sociedad digital, contribuyendo a los objetivos de la Década Digital de la UE⁵, destacando por su ambición, planificación estratégica y avances en conectividad, inteligencia artificial y competencias digitales básicas. Destacan los avances en cobertura de fibra: 95,2% (muy por encima de la media europea), cobertura 5G: 92,3% (acercándose al objetivo del 100%), competencias digitales básicas: 66,2% de la población, superando la media de la UE⁶.

Contamos con una alta penetración de Internet, que alcanza el 93% de la población, y un uso intensivo del teléfono móvil como principal dispositivo para informarse, utilizado por el 81% de los ciudadanos. Esto democratiza el acceso a la información; pero también genera un espacio fértil para la proliferación de la desinformación y el uso problemático de las plataformas en línea. Existe un creciente desinterés informativo, especialmente entre los menores de 35 años, de los cuales solo el 38% muestra un interés alto en las noticias. Esta desconexión, sumada a los riesgos inherentes al entorno digital, complica aún más el panorama de la alfabetización (Novoa et al. 2024).

Desafíos de la Alfabetización Mediática e Informacional en esta sociedad digital española:

Desinformación

Un 70% de los españoles duda de la veracidad del contenido online, y un 91% considera la desinformación un peligro para la democracia. Los jóvenes, a pesar de su habilidad técnica, son vulnerables porque a menudo carecen de las destrezas para cuestionar la calidad de la información (Novoa et al, 2024). A esto se suma la actual polarización política y social, lo que facilita la propagación de noticias falsas, contenidos sesgados, y discursos de odio.

Uso Problemático de Redes Sociales

Por uno de cada tres adolescentes, que se correlaciona con una menor autoestima, ansiedad, depresión y un peor rendimiento académico. Un 36.9% de los jóvenes ha buscado diagnósticos de salud mental en Internet, exponiéndose a información no verificada (ONTSI, 2023).

Déficit de Pensamiento Crítico

Más de la mitad del alumnado presenta un nivel bajo en esta competencia. La habilidad digital para usar herramientas no se traduce en la capacidad para evaluar la fiabilidad de las fuentes (Ministerio de Educación [MEFPD], 2024).

La brecha digital, de acceso, de uso, generacional y socioeconómica

Estas brechas persisten, limitando el pleno desarrollo de las competencias digitales y de AMI en diversos segmentos de la población.

La saturación informativa e “infoxicación”

El exceso de contenido y una atención fragmentada dificultan la evaluación crítica de la información.

La protección de datos y la privacidad en línea

La falta de conciencia sobre los riesgos asociados al uso de datos personales y la privacidad en entornos digitales sigue siendo un problema.

Discurso de odio y ciberacoso

La proliferación de estos fenómenos en línea exige una mayor concienciación y herramientas para su identificación y gestión. (CACV, 2024).

3. LA AMI EN ESPAÑA

España cuenta con un complejo entramado de instituciones, regulaciones y agentes implicados que buscan promo-

ver la competencia digital y el uso crítico de los medios.

El marco normativo de la AMI queda definido por:

Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales⁸

Contempla en su artículo 83 “Derecho a la educación digital” y la necesidad de incluir la competencia digital en el desarrollo del currículo. A su vez, el artículo 97 aborda las “Políticas de impulso de los derechos digitales”.

Ley Orgánica de Educación 3/2020⁹

El concepto de competencia digital impregna todo su articulado, además de modificar el artículo 83 de la Ley 3/2018, estableciendo la obligación de las administraciones educativas de incluir la competencia digital en el desarrollo del currículum.

Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA)

Establece claras directrices sobre la AMI. En su artículo 10, manda a la CNMC y a todos los agentes (prestadores del servicio de comunicación audiovisual, los prestadores del servicio de comunica-

ción audiovisual comunitario sin ánimo de lucro y los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma) la adopción de medidas, en cooperación con todas las partes interesadas (organizaciones, asociaciones, colegios y sindicatos profesionales del ámbito de la comunicación y el periodismo) para la adquisición y el desarrollo de las capacidades de alfabetización mediática en todos los sectores de la sociedad, para la ciudadanía de todas las edades y para todos los medios. Le fija además la tarea de evaluar periódicamente los avances realizados, debiendo elaborar un informe trienal sobre las medidas impulsadas y su eficacia.

Esta Ley establece la obligación de promover códigos de conducta de autorregulación y corregulación, incluyendo el fomento de la alfabetización mediática, informacional y audiovisual favorecedora del derecho de acceso a los servicios públicos de comunicación audiovisual. Fija como misión del servicio público de comunicación audiovisual la obligación de promover el acceso al conocimiento cultural, científico, histórico y artístico de la sociedad, así como satisfacer sus necesidades informativas, culturales, educativas y de entretenimiento con programas de calidad, así como con programas especialmente dirigidos a la infancia, y a la alfabetización mediática de la ciudadanía.

Del mismo modo los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, deben proteger a los menores y al público en general de los

contenidos audiovisuales, facilitando medidas y herramientas eficaces de alfabetización mediática e informar a los usuarios de su existencia.

Proyecto de Ley Orgánica para la protección de las personas menores de edad en los entornos digitales¹¹

Actualmente en tramitación en el Congreso de los diputados.

*Carta de Derechos Digitales
(Gobierno de España, 21)*

No tiene carácter normativo; pero su objetivo es reconocer los retos que plantea la adaptación de los derechos al entorno digital y sugerir principios y políticas. Es un marco de referencia para la acción de los poderes públicos en el entorno digital, buscando aprovechar y desarrollar todas sus potencialidades y oportunidades, así como conjurar sus riesgos. Ayuda al proceso de reflexión europea, para liderar a nivel global un proceso que garantice una digitalización humanista, que ponga a las personas en el centro.

4. AGENTES INSTITUCIONALES ESPAÑOLES EN LA AMI

CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia)

La CNMC ejerce un papel clave como autoridad audiovisual estatal, articulando supervisión, evaluación y difusión de las medidas de alfabetización mediática en España.

Debe realizar informes trienales (CNMC, 2022) (CNMC, 2024) sobre las acciones de alfabetización mediática que deben presentar los prestadores de servicios audiovisuales estatales y plataformas de intercambio de vídeo. Realiza consulta pública para definir criterios que permitan autoevaluar la eficacia de las campañas de formación en uso crítico y responsable de los medios (CNMC, 2025) Elabora directrices y preguntas guías para medir alcance, impacto y adquisición de competencias mediáticas por parte de la ciudadanía. La CNMC debe cooperar obligatoriamente con operadores, organizaciones profesionales, ONG y centros educativos para desplegar programas formativos dirigidos a todos los grupos de edad. Tiene a su vez encomendada la evaluación continua del grado de cumplimiento de obligaciones en la Ley General de Comunicación Audiovisual y recomendaciones para mejorar metodologías y recursos.

El Consejo de Ministros debe aprobar, previo informe de la CNMC, un Plan trienal de ordenación e impulso del sector audiovisual, que ha de contemplar

entre sus bases, el fomento de las actividades de alfabetización mediática, así como de alfabetización audiovisual formativa, generadoras de contenidos didácticos y favorecedoras del derecho de acceso.

GASSCA (Grupo de Autoridades de Supervisión para los Servicios de Comunicación Audiovisual)¹³

Es un foro de cooperación, integrado por representantes de las autoridades independientes de ámbito estatal y autonómico, para el intercambio de experiencias y buenas prácticas sobre la aplicación del marco regulador de los servicios de comunicación audiovisual. Fue creado por la LGCA y se constituyó formalmente el 12 de junio de 2023.

Contiene un grupo de trabajo específico sobre alfabetización mediática, junto a otros dedicados a la obra europea y servicios online, coordinado por el Consejo Audiovisual de Andalucía¹⁴ y en el que participan los diferentes consejos audiovisuales: Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana¹⁵, Consell de l'Audiovisual de Catalunya¹⁶, la CNMC y representantes de las CC. AA. de Madrid, Castilla y León, Comunidad Foral de Navarra, País Vasco y Castilla-La Mancha.

Foro contra las campañas de desinformación en el ámbito de la Seguridad Nacional¹⁷

Órgano colegiado de la Administración General del Estado creado por el Consejo de Ministros, en su reunión de 31 de mayo de 2022, integrado en el Departamento de Seguridad Nacional, articula la colaboración público-privada para anticipar, prevenir y reaccionar ante operaciones de desinformación que amenacen la seguridad nacional¹⁸.

Ha incluido la desinformación en el mapa de riesgos de la Estrategia de Seguridad Nacional. Moviliza 16 vocalías (ministerios, academia, industria, verificadores, periodistas y asociaciones de usuarios) para fomentar sensibilización y corresponsabilidad ciudadana. El Consejo de Seguridad Nacional, en enero de 2025, adoptó un Acuerdo para la elaboración de la Estrategia Nacional contra las Campañas de Desinformación¹⁹. Es muy activo, elabora y difunde estudios, informes y libros de gran interés, por ejemplo: Trabajos del Foro contra las Campañas de Desinformación - Iniciativas 2024 (Departamento de Seguridad Nacional, 2024). Trabajos 2023 (Departamento de Seguridad Nacional, 2023). “Lucha contra las campañas de desinformación en el ámbito de la Seguridad Nacional: propuestas de la sociedad civil” (Departamento de Seguridad Nacional, 2022). con propuestas operativas, metodologías de detección y protocolos de reacción. Actualmente el Foro está organizado en nueve grupos de trabajo²⁰: siendo el últi-

mo el de Impulso a la alfabetización mediática, que tiene previsto presentar sus resultados antes de finalizar 2025.

Otros agentes institucionales

- *Ministerio de Educación y Formación Profesional*

Actor central para integrar la AMI en el currículo educativo, con competencias mediáticas y digitales (INTEF s.f.) en la LOMLOE (Ley de Educación 2020²¹). Desarrolla el Plan de Digitalización de la Escuela Española 2021-2027 (INTEF, 2022). También desarrolla recursos didácticos como La brújula mediática (Delgado y Pérez, 2024), materiales como #Nodesinformación (Villabona García, 2021), o iniciativas como Alfabetización en acción²².

Ministerio de Cultura

Apoya proyectos internacionales, como Media and Information Literacy Community Connections (MIL CC)²³, que proporciona formación en AMI (para bibliotecarios, Gestiona convocatorias europeas, como Alfabetización Mediática 2025 (News Media)²⁴, con fondos para nuevas herramientas de pensamiento crítico y adaptación de la AMI a nuevos formatos, incluyendo la inteligencia artificial.

Ministerio de Juventud e Infancia

Ha realizado un informe con 107 medidas para crear entornos digitales seguros para niños y adolescentes (Comité de Expertos sobre Infancia, 2024)

Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital²⁵

El Plan España Digital 2025²⁶ presentado en 2020 ha ido enmarcando todas las acciones²⁷ como: el Plan Nacional de Competencias Digitales (Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, 2021) que busca mejorar las habilidades digitales de la ciudadanía para la transformación digital. La evaluación se realiza mediante el Índice de Economía y Sociedad Digital (DESI) (Gobierno de España.s.f.)

RTVE

Desarrolla programas educativos (La aventura del saber, Educlan, etc.) Impulsa una amplia red de cátedras con 11 universidades²⁸ que generan un amplio abanico de iniciativas²⁹. Podemos destacar las actividades que realiza la UJI, como por ejemplo el webinar de 2025 sobre propuestas para impulsar la alfabetización mediática en España

INCIBE (Instituto Nacional de Ciberseguridad)³¹

Potencia educadores mediáticos y programas de detección de bulos adaptados a diferentes públicos, integrando la desinformación en la Estrategia Nacional de Ciberseguridad.²¹

Iniciativas autonómicas

Cada Comunidad Autónoma adapta la AMI según su propio currículo y recursos. Existen solo tres autoridades autonómicas audiovisuales independientes. Existen brechas entre regiones sobre cómo integran la AMI.

5. INICIATIVAS DE ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL, UNIVERSIDADES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Son múltiples los agentes e iniciativas relacionadas con la AMI. Solo podemos nombrar alguno de los agentes, no citados hasta ahora, como botón de muestra: Alfamed³², ACICOM AUC³⁴, CENID³⁵, CLABE³⁶, Grupo Comunicar³⁷, OCTA³⁸, MILID Network³⁹. Un buen ejemplo el manifiesto de 100 profesores por la edocomunicación⁴⁰.

Un amplio catálogo de iniciativas y propuestas relacionadas con la AMI, imposible detallar, por citar alguna: Maldito Bulo⁴¹, Fundación Atresmedia⁴² desarrolla diversas iniciativas: Efecto

MIL, Amiflash, AMIBOX y Mentes AMI. Surfear la red⁴³ una iniciativa de Google, Fad y el Gobierno de España, con el apoyo de los medios de comunicación.

Contamos con cada vez más recursos para la AMI, pero su impacto depende de cómo se integran en la práctica. El reto no es solo crear materiales, sino asegurar su uso efectivo, apoyar al profesorado y evaluar resultados.

6. DÓNDE ESTAMOS

En España existen múltiples agentes implicados en la AMI, pero falta un compromiso institucional sostenido. Los docentes denuncian escasa inversión y formación, el 73 % afirma que no se invierte lo necesario para impartir AMI en las aulas y el contenido de AMI se dispersa entre materias (Franganillo et al., 2023).

La fragmentación autonómica genera desigualdades en programas y recursos. Persisten brechas digitales en colectivos vulnerables y no existen indicadores unificados para evaluar el nivel de AMI. La rápida evolución tecnológica exige actualizar estrategias educativas. La ausencia de un organismo coordinador único y claramente definido para la AMI provoca esfuerzos fragmentados, que pueden generar duplicidades, dejar áreas sin cubrir o impedir una coherencia estratégica general, una observación que el Parlamento Europeo⁴⁴ ha señalado al referirse a *marcos fragmentados*.

Para que España logre un enfoque verdaderamente "sistémico" en la AMI

(World Economic Forum, 2025) resulta imperativo establecer un mecanismo de alto nivel que asegure la coordinación interministerial y la supervisión estratégica de todas las iniciativas relacionadas con la alfabetización mediática e informacional.

La irrupción permanente de nuevas tecnologías plantea nuevos desafíos. El desarrollo acelerado de la inteligencia artificial, los contenidos generados por algoritmos y la sofisticación de las noticias falsas exigen actualizar continuamente las estrategias educativas. Es necesario contar con indicadores unificados para medir el nivel de AMI de la ciudadanía y para evaluar la efectividad de las políticas.

7. RETOS EMERGENTES DE LA AMI

La rápida evolución del ecosistema mediático plantea nuevos retos que trascienden las plataformas tradicionales y obligan a replantear enfoques, contenidos y metodologías de la alfabetización mediática e informacional en nuestro país. Estos no solo exigen competencias técnicas, sino también una mirada crítica sobre el impacto social, ético y democrático de las herramientas digitales. Destacamos como retos:

- Alfabetización algorítmica: comprender los algoritmos de recomendación en redes sociales y buscadores y cómo generan una exposición selectiva a noticias y opiniones.
- Inteligencia artificial generativa (Frau-Meigs, 2024): identificar y contextualizar “deepfakes”⁴⁵, textos y audios creados por IA para evitar la manipulación de la información.
- Ecosistemas inmersivos: preparar a la ciudadanía para experiencias de realidad aumentada y virtual donde los límites entre lo auténtico y lo construido se difuminan.
- Economía de la atención y desinformación emocional: analizar tácticas de “clickbait”⁴⁶ y bulos diseñados para activar respuestas afectivas inmediatas, sin pasar por el filtro del pensamiento crítico.
- Privacidad y datos personales: educar sobre la recolección masiva de datos, su uso comercial y político, y construir hábitos de protección digital.
- Inclusión y brecha digital: adaptar la AMI a poblaciones con distinto nivel de acceso tecnológico, especialmente ciudadanía desfavorecida.
- Fragmentación institucional y sostenibilidad de programas: asegurar coordinación entre administraciones, dotación presupuestaria estable y evaluación continua de resultados.
- Énfasis en la ciudadanía global: fomentar competencias para entender fenómenos mediáticos transnacionales y discursos de odio en línea.

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

España ha logrado importantes avances en conectividad y cuenta con un vasto entramado de actores e iniciativas relacionadas con la AMI; pero la eficacia de estos esfuerzos se ve mermada por la fragmentación y la falta de una coherencia estratégica. Es necesaria estrategia más holística, generadora de sinergias con una buena gobernanza, con mayor capacidad de impacto, orientada no solo al fortalecimiento de los ecosistemas de información, sino también a la consolidación de un discurso público plural, inclusivo y constructivo. Se debe superar un enfoque basado en respuestas reactivas hacia intervenciones preventivas y anticipatorias, con el fin de neutralizar actores maliciosos y dinámicas manipuladoras antes de que sus efectos se materialicen.

La integridad informativa, constituye un ejercicio de garantía activa de la libertad de expresión, el acceso universal a la información y la participación cívica. La paradoja de una sociedad altamente conectada pero vulnerable, el problema de la fragmentación institucional y la aparición de nuevos retos tecnológicos, como la inteligencia artificial generativa, exigen un replanteamiento de la estrategia comunicativa y de gobernanza de la AMI. Es necesario contar con una autoridad coordinadora única y claramente definida que aglutine todos estos esfuerzos.

Propuestas

- 1. Incorporar la AMI de manera explícita en el currículo** de todos los niveles, mediante asignaturas o módulos dedicados, tal como realizan otros países.
- 2. Necesidad de formación inicial y permanente del profesorado** en competencias mediáticas y dotar de materiales didácticos especializados.
- 3. Fomentar la creación de pro-sumidores**, personas activas, ciudadanía que no solo consume medios, sino que tiene capacidad para interactuar con ellos y crear contenidos (Pastor Pérez y Martínez Gallego, 2022).
- 4. Impulsar campañas institucionales de concienciación** para familias y ciudadanía en general.
- 5. Aumentar los fondos públicos para proyectos innovadores de AMI**, aprovechar las convocatorias de la UE, fomentar la investigación académica y el apoyo a las redes e iniciativas ya existentes.
- 6. Impulsar y desarrollar de manera decidida, la autorregulación de las plataformas digitales y medios de comunicación**, como plantea la Ley General de Comunicación Audiovisual, con la participación de las organizaciones sociales, como asociaciones de personas consumidoras y los agentes sociales descritos.

- Exigir la adopción de códigos de conducta, formación y etiquetado informativo.**
- 7. Avanzar en la coordinación de las acciones institucionales para conseguir un enfoque sistémico:** interministeriales y con las comunidades autónomas, creando foros de cooperación (como el Grupo de Trabajo de Alfabetizaciones en la Conferencia Sectorial de Educación).
- 8. La CNMC y otros observatorios deberían continuar evaluando resultados y divulgando información sobre prácticas efectivas.**
- 9. Generar una buena gobernanza que articule sinergias con todos los agentes.**
- 10. Abordar de manera integral y sostenida, la AMI, combinando políticas educativas sólidas con iniciativas sociales y tecnológicas que empoderen a los ciudadanos para navegar críticamente en el ecosistema informativo.**
1. <https://www.unesco.org/es/media-information-literacy>
2. <http://www.ikanos.eus/wp-content/uploads/2018/03/DigComp-ikanos.pdf#>
3. <https://www.unesco.org/mil4teachers/es/module1>
4. <https://www.educacionfpydeportes.gob.es/mc/sgctie/comunicacion/blog/2024/julio2024/brujula-mediatica.htm>
5. https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/europees-digital-decade-digital-targets-2030_es
6. <https://ec.europa.eu/newsroom/dae/redirection/document/106852>
7. <https://www.newtral.es/preocupacion-bulos-internet/20240619/>
8. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2018/BOE-A-2018-16673-consolidado.pdf>
9. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2020/BOE-A-2020-17264-consolidado.pdf>
10. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2022/BOE-A-2022-11311-consolidado.pdf>
11. https://www.congreso.es/public_oficiales/L15/CONG/BO-CG/A/BOCG-15-A-52-1.PDF
12. <https://www.cnmc.es/>
13. <https://www.cnmc.es/prensa/reunion-gassca-20250116>
14. <https://consejoaudiovisualdeandalucia.es/>
15. <https://cdacv.es/>
16. <https://www.cac.cat/>
17. <https://www.dsn.gob.es/foro-desinfo>
18. <https://www.boe.es/boe/dias/2022/06/15/pdfs/BOE-A-2022-9965.pdf>
19. <https://www.boe.es/boe/dias/2025/03/15/pdfs/BOE-A-2025-5151.pdf>
20. <https://www.dsn.gob.es/es/actualidad/sala-de-prensa/vi-reunion-foro-contra-campanas-desinformacion-en-ambito-SN>
21. Ley Orgánica por la que se modifica la Ley Orgánica de Educación - Wikipedia, la enciclopedia libre
22. <https://www.educacionfpydeportes.gob.es/mc/sgctie/alfabetizaciones-multiples/programas.html>
23. <https://www.sedic.es/wp-content/uploads/2025/01/Proyecto-Alfabetizacion-Mediatica-Learn-To-Check-2.pdf>
24. <https://europacreativa.es/convocatorias/alfabetizacion-mediatica-2025-news-media/>
25. <https://portal.mineco.gob.es/ca-es/ministerio/Pagines/default.aspx>
26. https://portal.mineco.gob.es/ca-es/comunicacion/Pagines/200723_np_digital.aspx

27. <https://espanadigital.gob.es/>
28. <https://www.rtve.es/corporacion/catedras-rtve/quienes-somos/>
29. <https://www.rtve.es/catedras-rtve/repositorio-sobre-educacion-mediatica-e-infancia/>
30. <https://catedrartve.ubi.es/2025/04/06/webinar-propuestas-para-impulsar-la-alfabetizacion-mediatica-en-espana/>
31. <https://www.incibe.es/>
32. <https://www.redalfamed.org/>
33. <https://acicom.org/>
34. <https://www.auc.es/>
35. <https://cenid.es/>
36. <https://clabe.org/>
37. <https://www.grupocomunicar.com/>
38. <https://www.octa.es/>
39. <https://www.unesco.org/es/milid-network>
40. <https://www.edu-comunicacion.es/>
41. <https://maldita.es/malditobulo/>
42. https://fundacion.atresmedia.com/actualidad/que-alfabetizacion-mediatica-informacional_20221209639337821eed5a0001823263.html
43. <https://www.campusfad.org/surfear-la-red/>
44. [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI\(2025\)772886](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI(2025)772886)
45. <https://es.wikipedia.org/wiki/Deepfake>
46. <https://es.wikipedia.org/wiki/Clickbait>

Bibliografía

- AAVV. (2022). "I Estudio sobre la desinformación en España. Un proyecto de UTECA y la Universidad de Navarra." <https://www.unav.edu/documents/10174/11264174/INFORME+SOBRE+I+ESTUDIO+-+DESINFORMACI%C3%93N.pdf>
- CACV, Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana. (2024). "Els discursos d'odi: llibertat d'expressió, xarxes socials i esfera pública". <https://cdacv.es/wp-content/uploads/2024/11/Delictes-dodi.pdf>
- CNMC (2022): "Informe sobre medidas de alfabetización mediática adoptada por los prestadores audiovisuales de ámbito estatal". https://www.cnmc.es/sites/default/files/4476208_0.pdf
- CNMC (2024): Informe sobre las medidas de alfabetización mediática desarrolladas en España en el periodo 2020-2022. <https://www.cnmc.es/sites/default/files/5318689.pdf>
- CNMC (2025). "La CNMC busca fórmulas para evaluar la eficacia de la alfabetización mediática." <https://www.cnmc.es/prensa/consulta-publica-alfabetizacion-20250530>
- Comité de Expertos sobre Infancia. (2024). "Informe del Comité de Expertos sobre Infancia. Ministerio de Juventud e Infancia". https://www.juventudeinfancia.gob.es/sites/default/files/infancia/comite_expertos/Informe Comité.pdf
- Cucarella, Ll., Fuster, P. (2022). "Informe sobre alfabetización mediática: contexto actual, legisla-
- ción, casos de éxito, herramientas y recursos, y percepción y propuestas de especialistas y profesores". Laboratorio de Periodismo. Fundación Luca de Tena. <https://laboratoriodeperiodismo.org/wp-content/uploads/2023/02/informe-alfabetizacion-mediatica.pdf>
- Delgado Ponce, Á., y Pérez Rodríguez, M. A. (2024). "La brújula mediática: Propuesta de situaciones de aprendizaje para el desarrollo de la AMI en Secundaria". Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes. https://www.libreria.educacion.gob.es/ebook/185252/free_download/
- Departamento de Seguridad Nacional. (2022). "Lucha contra las campañas de desinformación en el ámbito de la seguridad nacional: propuestas de la sociedad civil". Gobierno de España. <https://www.dsn.gob.es/index.php/es/publicaciones/otras-publicaciones/lucha-contra-campanas-desinformacion-ambitoSN-propuestas>
- Departamento de Seguridad Nacional. (2023). "Foro contra las Campañas de Desinformación en el ámbito de la Seguridad Nacional – Trabajos 2023." Gobierno de España. <https://www.dsn.gob.es/es/publicaciones/otras-publicaciones/Foro-desinformacion-ambitosSN-trabajos2023>
- Departamento de Seguridad Nacional. (2024). "Trabajos del Foro contra las Campañas de Desinformación – Iniciativas 2024." Gobierno de España. <https://www.dsn.gob.es/es/publicaciones/otras-publicaciones/trabajos-foro-contra-campanas-desinformacion-iniciativas-2024>
- Ferrés, J. y Piscitelli, A. (2012). "La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores". Revista Comunicar. <https://www.revistacomunicar.com/pdf/preprint/38/08-PRE-13470.pdf>
- Franganillo, J. et al. (2023). "Alfabetización mediática e informativa y pensamiento crítico de los estudiantes de máster en Formación del Profesorado en España". IAMCR 2023. Disponible en: <https://franganillo.es/m4t-iamcr-2023.pdf>
- Frau-Meigs, Divina (2024). "User empowerment through Media and Information Literary responses to the evolution of Generative Artificial Intelligence (GAI)". París: UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000388547>
- Gobierno de España (2021). "Carta de derechos digitales". https://www.lamoncloa.gob.es/presidente/actividades/Documents/2021/140721-Carta_Derechos_Digitales_RedEs.pdf
- Gobierno de España. (2022) "Índice de Economía y Sociedad Digital (DESI)". España Digital. <https://espanadigital.gob.es/desi>
- INTEF Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado. (2022). "Plan de Digitalización y Competencias Digitales del Sistema Educativo (Plan #DigEdu)". Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes. <https://intef.es/Noticias/plan-de-digitalizacion-y-competencias-digitales-del-sistema-educativo-plan-digedu/>

- INTEF Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado. (s.f.) "Competencia digital del alumnado." Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes. <https://intef.es/competencia-digital-educativa/competencia-digital-del-alumnado/>
- Marzal-Felici, J. y Casero-Ripollés, A. (2025). "Editorial nº 30. La lucha contra los desórdenes de la comunicación". En: adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, nº 30. Castellón: Universitat Jaume I, pág. 14. <https://www.e-revistes.uji.es/index.php/adcomunica/issue/view/456/348>
- Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital. (2021). "Plan Nacional de Competencias Digitales." Gobierno de España. https://portal.mineco.gob.es/recursosarticulo/mineco/ministerio/ficheros/210127_plan_nacional_de_competencias_digitales.pdf
- Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes. (2024). "ICILS 2023 Estudio Internacional sobre Competencia Digital". Instituto Nacional de Evaluación Educativa (INEE). Madrid. https://www.libreria.educacion.gob.es/ebook/185662/free_download/
- Novoa-Jaso, M., Sierra, Aurken, Labiano, Roncesvalles y Vara-Miguel, A. (2024). "Calidad periodística y pluralidad: claves para la confianza informativa en la era de la inteligencia artificial (IA)". Digital News Report España 2024. Pamplona: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra. DOI: <https://doi.org/10.15581/019.2024>
- ONTSI, Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad. (2023). "Impacto del aumento del uso de Internet y las redes sociales en la salud mental de jóvenes y adolescentes". Red.es, Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial, Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital. <https://www.ontsi.es/sites/ontsi/files/2023-10/policybriefredesocialesaludmentaljovenesyadolescentes.pdf>
- Pastor Pérez, J.I.; Martínez Gallego, F.A. (2022). "La Associació Ciutadania i Comunicació (ACI-COM) y la alfabetización mediática en el País Valenciano". En Sábada Chalezquer, C.; Núñez Gómez, P.; Pérez Tornero, J.M. (eds.), La alfabetización mediática e informacional en las Facultades de Comunicación en España. Observatorio ATIC, nº5. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. <https://espejode-monografias.comunicacionsocial.es/article/view/5142/5288>
- Villabona García, M. R. (2021). "#NoDESinformación: Una propuesta didáctica para Educación Secundaria". Ministerio de Educación y Formación Profesional. https://www.libreria.educacion.gob.es/ebook/180643/free_download/
- World Economic Forum (2025). "Insight Report. Rethinking Media Literacy: A New Ecosystem Model for Information Integrity." Ginebra: World Economic Forum. https://reports.weforum.org/docs/WEF_Rethinking_Media_Literacy_2025.pdf