

# ***“Éducation et Médias”*, observatorio del Consejo Superior del Audiovisual francés**

## **¿Una propuesta replicable en otros países?**

**Tomás Durán Becerra**

Diferentes instituciones en Francia cuentan con una larga trayectoria en la educación en medios (EM) y, especialmente, en la implicación de los actores del paisaje mediático francés para garantizar un buen consumo de medios por parte de la audiencia. En este sentido, el Consejo Superior del Audiovisual francés ha planteado una labor que va más allá de la inclusión de la EM en los programas, para centrarse en la explotación de los recursos disponibles y en la defensa de las libertades y derechos de los consumidores de contenidos por medio un amplio espectro de ofertas de fortalecimiento de conocimientos y concienciación sobre el uso de los medios y las oportunidades y riesgos que de él se derivan.

A través de este informe, se lleva a cabo una descripción comparativa del sitio web *“Éducation et Médias”* como caso de éxito en este campo.



## GABINETE DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

**DIRECCIÓN** JOSÉ MANUEL PÉREZ TORNERO

**COORDINACIÓN** SANTIAGO TEJEDOR

**ORGANIZACIÓN** GLÒRIA BAENA

### INVESTIGACIÓN

Almudena Esteban

Alodia Quesada

Cristina Pujol

Danuta-Assia Othman

Eloisa Hormigo

Fabio Tropea

Gabriel Jaraba

José Manuel Pérez Tornero

José María Perceval

José Martínez Abadía

Juan Francisco Martínez

Judit Calle

Laura Cervi

Lidia Peralta

Ling Tan

Bing Zhang

Mar de Fontcuberta

Marta Portalés

Mireia Pi

Mireia Sanz

Monica Caprino

Núria Fernández

Núria Simelio

Pere-Oriol Costa

Rosario Lacalle

Santiago Giraldo

Tomás Durán

Tomás Peire

Despacho 49

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Edificio I

08193 Bellaterra

Campus UAB, Cerdanyola del Vallès

tel +34 93 581 16 89

tel +34 93 581 30 62

fax +34 93 581 20 05

cg.comunicacion.educacion@uab.cat

---

**REDACCIÓN** JOSÉ MANUEL PÉREZ TORNERO, SANTIAGO TEJEDOR, GLÒRIA BAENA, MARTA PORTALES, GEISEL GARCÍA, LING TAN, BING ZHANG Y JUDIT CALLE

**EDICIÓN** GEISEL GARCÍA

**EDICIÓN GRÁFICA** JUDIT CALLE

---

**AUTOR** TOMÁS DURÁN BECERRA



# “Éducation et Médias”, observatorio del Consejo Superior del Audiovisual francés

## ¿Una propuesta replicable en otros países?

Diferentes instituciones en Francia cuentan con una larga trayectoria en la educación en medios (EM) y, especialmente, en la implicación de los actores del paisaje mediático francés para garantizar un buen consumo de medios por parte de la audiencia. La preocupación francesa por la recepción de contenidos mediáticos se remonta a un postulado gala: “*l’esprit critique*”. Preci-exigido por años a los estudianticamente escritos y disertaciones pesar y tener en cuenta múlticontra) al momento de generar

**La preocupación francesa por la recepción de contenidos mediáticos se remonta a un postulado educativo básico de la escuela gala: “*l’esprit critique*”.**

educativo básico de la escuela samente, este concepto se ha tes, quienes desarrollan métodos para fomentar el hábito de tiples variables (a favor y en un texto argumentativo.

Más allá Francia ha impulsainstituciones que se encargan sistema educativo y su relación la creación de instituciones en el marco de otros renglones de la sociedad que incluyen la observancia de su relación con la educación. El caso más significativo, respecto a la EM, es el CLEMI (*Centre de Liaison de l’Enseignement et des Médias d’Information*), que tiene como misión lograr la comunión entre el sector educativo y los medios de comunicación.

do la creación de diferentes de comprender y desarrollar el con otros entornos, y apoyado

Otros países han adoptado herramientas similares a las francesas, por ejemplo, el **Consejo Superior para la Educación Mediática (CSEM)**, creado por la comunidad de *Wallonie-Bruxelles* en Bélgica. El CSEM goza de mayor autonomía y constituye una autoridad independiente, lo que resulta en una apuesta gigante por la EM y la protección de las audiencias.

No sólo los países más desarrollados en EM han apostado por iniciativas de este corte: en Grecia, el Instituto para el Audiovisual (IOM, por su sigla en griego), una organización privada pero regulada por el Ministerio del Interior, la Descentralización y el Gobierno Electrónico, ha lanzado también un observatorio de EM llamado Base de Datos para la Educación Mediática. El IOM recibió, por medio de la Ley 3444 de 2006, la responsabilidad de establecer y velar por el desarrollo de iniciativas de Alfabetización Mediática (AM), con el objetivo de lograr una protección —activa y pasiva— de los niños y los jóvenes frente a los medios. El IOM se ha valido de los paneles de expertos internacionales, en el marco del ‘*Media Literacy & Education Expert Group*’ de la Comisión Europea, para reflejar las necesidades académicas en la materia, así como las de la industria del audiovisual.

### El Consejo Superior del Audiovisual

Además del CLEMI, existen en Francia otras autoridades como el Instituto Nacional del Audiovisual (INA), que guarda el *record* de las producciones audiovisuales nacionales y las almacena, y el Consejo Superior del Audiovisual<sup>1</sup>, que tiene entre sus funciones principales velar por el respeto a las libertades derivadas de

<sup>1</sup> Creado por la Ley de 17 de enero de 1989, el Consejo Superior del Audiovisual (CSA), tiene como misión principal asegurar la libertad de la comunicación audiovisual en Francia. El CSA es el sucesor de la antigua Autoridad de la Comunicación Audiovisual (1982-1986) y de la Comisión Nacional para la Comunicación y las Libertades (1986-1989).

la información y la protección de los usuarios, la organización de debates en radio y televisión, así como la regulación sobre la asignación del espectro electromagnético a los diferentes operadores.

Entre esta pluralidad de funciones, el Consejo debe encargarse también de garantizar la protección de la lengua y la cultura francesa en las emisiones nacionales, procurar la correcta inclusión de ayudas para los ciudadanos con discapacidades auditivas o visuales y garantizar la representación pluricultural de manera que se contribuya a generar acciones que guíen a la **protección de las personas y a su bienestar**.

En un sentido amplio, se aprecia aquí una responsabilidad similar a la del CLEMI, en cuanto a la protección y la guía hacia los productos audiovisuales franceses. Sin embargo, la tarea de generar un observatorio de “Educación y Medios” no constituye una duplicidad de funciones. Todo lo contrario: El CSA ha decidido llamar a los diferentes actores (canales de televisión y agencias privadas, así como al INA, el CLEMI y la CNIL -**La Commission Nationale de l’Informatique et des Libertés**), para que entre todos se entregue el mayor número de productos a los lectores de este nuevo espacio sobre educación en medios.

La diferencia principal entre estas dos instancias es que el CLEMI concentra sus esfuerzos en la lectura y fortalecimiento curricular, por medio de informes periódicos sobre el estado de la AM en la escuela obligatoria, y con la celebración de la Semana de la Prensa y los Medios. Mientras que, por su lado, la labor planteada en este escenario por el CSA va más allá de la inclusión de la EM en los programas, para centrarse en la explotación de los recursos disponibles y en la defensa de las libertades y derechos de los consumidores de contenidos por medio un amplio espectro de ofertas de fortalecimiento de conocimientos y concienciación sobre el uso de los medios y las oportunidades y riesgos que de él se derivan.

### El sitio web “*Éducation et Médias*”

A la cabeza de *Éducation et Médias* está Mémona Hintermann-Afféjee<sup>2</sup>, miembro del CSA y presidente del grupo de trabajo “*Audiovisuel et éducation*”. El objetivo de este espacio es, como hemos visto, permitir que los consumidores descubran el universo audiovisual del país con la ayuda de herramientas prácticas, concretas y pedagógicas y que lleguen a la comprensión y conocimiento de los medios audiovisuales en general.

El CSA pretende, mediante la creación de un espacio propio dedicado a la educación y los medios, dar valor a la educación para los medios y a la educación en medios, ya que estos últimos se constituyen en lugares privilegiados de difusión de conocimiento. Se espera también dar mayor visibilidad a los recursos educativos y a los espacios de formación ofrecidos en los diferentes canales de televisión, plataformas digitales y estaciones de radio, así como su incorporación en centros educativos. Los contenidos son producidos directamente por el CSA y sus socios.

El sitio se construye por medio de seis secciones principales (cada una en una pestaña): ‘home’, ‘conocer’, ‘practicar’, ‘analizar’, ‘para ir más lejos’ y ‘opiniones’. Estas se organizan de la siguiente manera:

Éducation et Médias <sup>3</sup>		
Sección	Temáticas	Descripción
Home	Presentación	Descripción de las funciones del Espacio “ <i>Éducation et Médias</i> ”, dividido en las secciones de: “¿por qué un sitio en educación y medios?” y “el rol del CSA”.
	Actualidad	Noticias relativas a su actividad.

<sup>2</sup> Experta en derecho y periodista galardona en múltiples ocasiones. Presentadora y reportera. Miembro del Consejo Superior del Audiovisual desde enero de 2013.

<sup>3</sup> Elaboración propia. Construida a partir del mapa del sitio y de los principales contenidos encontrados en el mismo.

Sección	Temáticas	Descripción
Home	Presentación	Descripción de las funciones del Espacio “ <i>Éducation et Médias</i> ”, dividido en las secciones de: “¿por qué un sitio en educación y medios?” y “el rol del CSA”.
	Actualidad	Noticias relativas a su actividad.
Conocer	Paisaje audiovisual francés	Descripción y análisis de diferentes sectores mediáticos del país (televisión, radio), de los proveedores, de su origen (privado/público) y de sus alcances (local/nacional/internacional).
	Programas audiovisuales	Diferenciación entre programas de flujo y de stock. Explicaciones sobre su difusión y razón de ser. Diferentes géneros y sus formas de construcción y transmisión.
	Los oficios del audiovisual	Experiencias en diferentes canales de televisión y estaciones de radio. Se busca mostrar de manera abierta las diferentes formas de producción de contenidos.
	Libertad de medios audiovisuales y regulación	Entendimiento sobre el principio constitucional de la libertad de la comunicación audiovisual, de la regulación alrededor de su protección, así como sobre la de los ciudadanos en esta materia.
	Economía del audiovisual	Configuración del sector, modos de recaudo, cifras de los diferentes operadores y del sector en general. Explicaciones sobre su medición.
	Historia del audiovisual	Los medios audiovisuales son regulados por el CSA. Este aparte explica qué significa ser regulado y cómo ha sido el proceso histórico hasta la actualidad.
	Glosario	Precisiones semánticas sobre los diferentes conceptos legales y técnicos que involucran la producción y distribución de contenidos audiovisuales.

Sección	Temáticas	Descripción
Practicar	Usuarios y sus derechos	Se establecen reflexiones sobre el principio de que el derecho a la imagen de la persona es individual y se explican los diferentes desarrollos jurídicos alrededor del tema. Se desarrollan adicionalmente temas relativos a los derechos del consumidor y el productor.
	Los medios audiovisuales y el ciudadano	Explica los usos, los hábitos de consumo y las preferencias de los consumidores. Se respalda en estudios estadísticos y de recepción.
	Utilización de los audiovisuales digitales	Informaciones sobre los contenidos disponibles en Internet, sean por suscripción o puestos a disposición por las diferentes cadenas de televisión. Se explican las responsabilidades y derechos detrás de estos productos.
	Dispositivos de control de acceso	Da cuenta de las diferentes maneras de controlar los dispositivos tecnológicos del hogar para evitar la reproducción de contenidos inapropiados. También se explican los mecanismos de protesta/protección alrededor de las grillas de programación y las franjas horarias.
Analizar	Producción de contenidos Audiovisuales	Descifrar la compleja mecánica que se esconde detrás de un programa de televisión, entendiendo el rol de cada uno de los personajes y secciones. Comprender la ficción televisada. Comprender el funcionamiento y funcionalidad de los elementos utilizados. Temas afines.
	Medios y realidades	Comprender las fronteras existentes entre la ficción y la realidad en la televisión. Representación, realismo, historia.
	Medios y representaciones	Observar los procesos de representación, y establecer hasta qué punto se trata de estereotipos reproducidos en los productos audiovisuales. Contribuir al uso razonado y crítico de estos productos.
	Información y tratamiento de la actualidad	Comprender cómo la información televisada reconstruye/restituye la realidad. Cómo se entrega la actualidad a los espectadores, qué tratamiento se le da a diferentes acontecimientos.
	Medios y política	Entender el carácter de las diferentes alocuciones y debates presidenciales, su función y sus efectos. Comprender la relación del triangulo público/medios/políticos. Descifrar las diferentes representaciones del poder político en los medios.

Sección	Temáticas	Descripción
Analizar	Publicidad y sus competencias	Comprender la publicidad y la segmentación que se genera a través del mercadeo. Establecer las principales estrategias. Comprender los estudios de mercados.
	Tendencias y evolución de los medios audiovisuales	Establecer los roles que pueden jugar los medios en el seno de la sociedad. Analizar el uso de la palabra y la apelación a diferentes autoridades (personas, instituciones). Comprender el servicio público audiovisual como un patrimonio.
Para ir más lejos	Información y herramientas para la EM	Herramientas de aprendizaje y de decodificación. Sitios que ofrecen información sobre herramientas pedagógicas para la comprensión de los medios. Consejos sobre utilización y usos. Comprender las fronteras existentes entre la ficción y la realidad en la televisión. Representación, realismo, historia.
	Contenidos multimedia educativos en línea	Sitios en general sobre aprendizaje, mediático y tradicional. Múltiples recursos en diferentes áreas temáticas. Listados de recursos clasificados y disponibles para el uso.
	Formaciones	Formaciones relacionadas con materias en el campo del audiovisual, los medios y el periodismo en general.
Opiniones	Opiniones de los usuarios	Opiniones de los usuarios/contacto con el sitio.

Como se aprecia a partir del cuadro anterior, el portal da cuenta de los recursos existentes para la educación en medios en los diferentes sitios e instituciones nacionales, así como de los espacios que han sido creados en las grillas de programación con el objetivo específico de educar o concienciar sobre la correcta utilización de los medios y sus recursos. Se especifican los derechos de las personas, tanto en calidad de productor como de consumidor, y se establece el paisaje general de producción y consumo mediático en el país. Para la elaboración de cada uno de los contenidos, el CSA ha logrado convenios con diferentes actores (expertos y productores) que desarrollan los artículos, vídeos y recursos a consultar. Además de los canales de televisión y de radio, resalta la colaboración de entidades como CLEMI, el INA y la CNIL.

### Objetivos del CSEM y de la Base de datos para la Educación Mediática del OIM

La siguiente comparación tiene como objetivo encontrar las similitudes y las diferencias que *Éducation et Médias* tiene con el CSEM y la *Base de Datos para la Educación Mediática* - OIM, en cuanto a sus objetivos y alcances.



## Objetivos/Misión

### Conseil Supérieur de l'Éducation aux Médias - CSEM

"1. Promover la educación en medios y favorecer el intercambio de información y la colaboración entre actores y organismos preocupados por la educación en medios, sobre todo los sectores de medios, la educación obligatoria y la educación permanente.

2. Dar importancia particular a:

-La lucha contra los estereotipos que puedan ser impulsados por los medios y contra todo tipo de discriminación en y por parte de los medios.

-A la evolución tecnológica, económica, social y cultural de las actividades relevantes de los sectores de los diferentes medios y de las TIC.

-A la decodificación de mensajes publicitarios.

3. Estimular y articular, entre los diferentes actores, las iniciativas, acciones, experiencias, herramientas pedagógicas, investigaciones..., capaces de promover la EM y mantener un inventario.

4. Favorecer y ayudar a la integración de la EM y a la explotación pedagógica de los medios y las TIC en los programas de educación y formación.

5. Formular una reseña motivada sobre cada proyecto de radio en las escuelas de la región, sobre el desarrollo de iniciativas de prensa cotidiana en las escuelas, manuales escolares, software, o herramientas pedagógicas que se relacionen directa o indirectamente con la EM"<sup>4</sup>.

### Base de Datos para la Educación Mediática - OIM

"1. Luchar contra el déficit en la diseminación de la información y el intercambio de conocimiento, funcionando como una posible plataforma abierta (open source) de trabajo social y científico. Al mismo tiempo, la Base de Datos pretende mantener al corriente sobre las noticias políticas, sociales, económicas e institucionales desarrolladas en Grecia y Europa en general, en relación con la EM y los audiovisuales, así como las principales informaciones de talla mundial.

2. Ofrecer a los usuarios la posibilidad de subir contenidos mediante un registro voluntario, que se propone estimular un registro de científicos y operadores del sector de la comunicación audiovisual que lleven a cabo actividades relacionadas con el estudio de los medios y de la EM. El objetivo a futuro es generar una red nacional de participación en Alfabetización Mediática"<sup>5</sup>.

Los objetivos de estas dos organizaciones se pueden ver comprendidos dentro de la misión general descrita por Éducation et Médias. En el caso del CSEM es evidente que la apuesta por una institución separada incurre en un mayor desarrollo del sector, pero también dificulta la creación de la figura, la cual depende del consenso del Parlamento de la Comunidad Francesa (de Bélgica). El caso de la Base de Datos, que en principio parece de menor alcance, es igualmente importante. En el desarrollo de sus funciones, el OIM ha impulsado, incluso, proyectos de medición de competencias mediáticas en los estudiantes de la escuela obligatoria en Grecia (vale recordar que el OIM ha recibido el mandato legal de velar por la inclusión y desarrollo de la EM). Los alcances de Éducation et Médias están en proceso de definición, pero como se ve al analizar la tradición francesa y los ejemplos de esfuerzos similares por fuera de Francia, se puede augurar un desarrollo adecuado de su misión, y, sin duda, el fortalecimiento de una disciplina que ha sido exaltada como de obligatoria observancia por parte de la **Comisión Europea**<sup>6</sup>.

4 Traducido de: <http://www.Éducationauxmedias.eu/csem/missions>

5 Traducido de: <http://www.iom.gr/default.aspx?lang=el-GR&loc=1&page=202>

6 Directiva Comisión Europea de 20 de agosto de 2009. Recomendación nº 3) "abrir un debate en conferencias y otras actividades públicas sobre la inclusión de la alfabetización mediática en el plan de estudios obligatorio y como parte de la oferta de competencias clave para el aprendizaje permanente, establecida en la Recomendación del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de diciembre de 2006, sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente". [Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32009H0625:ES:NOT>]



El desarrollo del sitio web, en tanto que derivado del CSA, supone un menor número de pasos para su creación (si se compara con el CSEM), pero asegura, no obstante —al ser una rama de un órgano establecido y respetado— una funcionalidad idónea y un alcance de nivel nacional. El modelo nace, según se establece en la conferencia de lanzamiento de la **plataforma**, del deseo de aprovechar los recursos existentes y compaginarlos con la realidad nacional y europea.

La creación de espacios de análisis como los mencionados acá, da muestra de la preocupación latente sobre el tema de fortalecer los conocimientos y capacidades ciudadanas, a la vez que se da mayor atención a los peligros y detorsiones que los productos de consumo diario (mediáticos e informacionales) pueden conllevar. El análisis extenso y explicativo que se hace en cada una de las secciones propuestas por el sitio “Éducation et Médias” dan un panorama suficiente a la vez que establecen ayudas y sugieren recomendaciones para la correcta manipulación, uso y comprensión de los elementos que configuran el paisaje mediático en general. A partir de lo anterior, la observación de este tipo de iniciativas resulta necesaria y es recomendable su replicación en otros países.



**Tomás Durán Becerra**

Político, estudiante del Doctorado en Comunicación y Periodismo y miembro del equipo de investigación del Gabinete de Comunicación y Educación