

Alfabetització visual i adolescència

— Resum executiu
d'una investigació
pionera a Catalunya

(2025)



En col·laboració amb el projecte europeu

▼ISU▲L TR▼ST

1. Introducció

pàg. 3

2. Justificació i context

pàg. 4

3. Objecte de la investigació

pàg. 4

4. Resultats clau

pàg. 5

5. Conclusions

pàg. 11

6. Recomanacions

pàg. 12

7. Missatge final

pàg. 16

8. Fitxa tècnica i metodologia

pàg. 17

1. Introducció

Aquest informe neix amb la voluntat d'**analitzar les competències d'alfabetització visual de l'adolescència a Catalunya** (12–19 anys) en un context de sobreexposició digital i irrupció de la intel·ligència artificial.

L'estudi es basa en una enquesta realitzada entre novembre i desembre de 2024 a **1.868 adolescents** de 168 centres educatius d'arreu del territori, a partir d'un qüestionari anònim de 18 preguntes dissenyat per mesurar els hàbits de creació, consum i interpretació d'imatges. L'enquesta, centrada en imatges fotogràfiques documentals, es va complementar amb dos grups focals i entrevistes amb experts.

L'estudi ofereix un **diagnòstic pioner** sobre com el jovent **crea, consumeix, comparteix i interpreta imatges**, amb l'objectiu de **detectar mancances educatives i orientar polítiques públiques i programes pedagògics**.

2. Justificació i context

Vivim en **una societat saturada d'imatges** que influencien com percebem i entenem la realitat. La seva naturalesa multimodal i la seva circulació constant a l'espai digital generen noves oportunitats, però també greus riscos: augment de la desinformació, crisi de veracitat, pèrdua d'autonomia crítica i proliferació de relats visuals monopolitzats.

La manca d'una educació visual òptima, reglada i inclusiva (a escala socioeconòmica, cultural, de gènere o de diversitat funcional) agreuja aquestes problemàtiques i limita la capacitat del jovent per interpretar els missatges visuals que consumeix i produeix, afectant també la seva autoestima i les relacions socials.

En aquest context, l'alfabetització visual —entesa com la capacitat de fer, analitzar i compartir imatges de manera crítica— esdevé una competència essencial per arribar a ser ciutadans conscients, creatius i capaços d'imaginar altres maneres de mirar i de viure el món.

3. Objecte de la investigació

Determinar el nivell d'alfabetisme visual dels adolescents catalans de 12 a 19 anys, analitzant com produeixen, comparteixen i interpreten fotografies.

Identificar estratègies per **integrar la formació visual al currículum educatiu** i reforçar així la comprensió crítica i autònoma de les imatges.

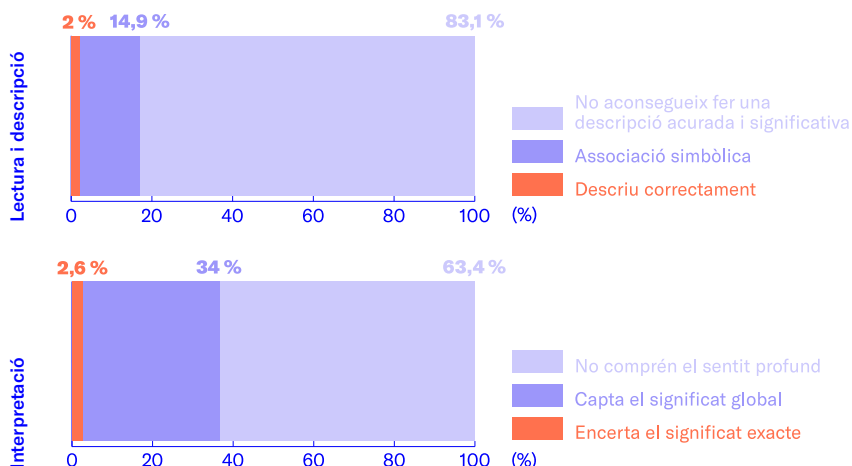
4. Resultats clau

4.1 – LECTURA CRÍTICA INSUFICIENT: CONSUM VELOÇ I SUPERFICIAL

Tot i la familiaritat amb les imatges, **la majoria d'adolescents no disposa d'una mirada crítica consolidada**. Saben captar el sentit simbòlic global d'una fotografia, però tenen dificultats per descriure-la i analitzar-la en profunditat. El seu vincle amb les imatges és àgil i constant, però sovint superficial, marcat pel ritme accelerat i fragmentat de les xarxes socials.

- **Només el 2 % dels adolescents enquestats sap descriure correctament la fotografia i encerta el seu significat.**
- Un 14,9 % fa una associació simbòlica dels seus elements i el 34 % en copsa el significat de manera global.
- El 63,4 % no comprèn el sentit profund.
- El 83,1 % no aconsegueix fer una descripció acurada i significativa de la fotografia.

COMPRENSIÓ VISUAL DELS ADOLESCENTS



Aquestes dades mostren que **interactuar amb imatges no equival a comprendre-les**: la mirada crítica no sorgeix de manera espontània, sinó que requereix acompanyament educatiu, formació docent i espais curriculars específics. Les imatges s'han de poder llegir i interpretar amb la mateixa profunditat amb què aprenem a llegir i comprendre un text.

«El jovent entén el missatge global
d'una fotografia, però no s'atura a analitzar
els elements visuals que li donen significat.»

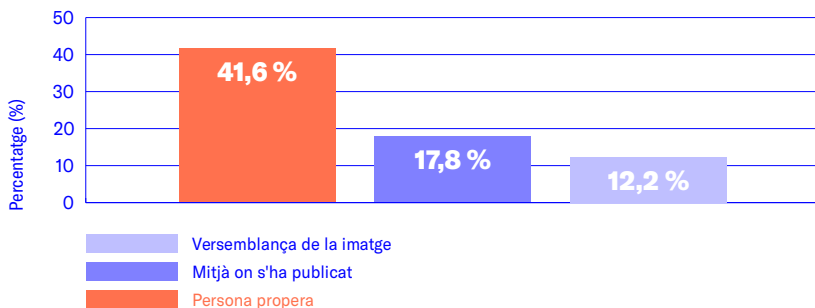
Jove respondent a l'enquesta durant grup focal a l'Institut Badalona VII, Badalona.



4.2 — EL JOVENT CONFIA MÉS EN EL SEU ENTORN QUE EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ

El 41,6 % de l'alumnat enquestat confia en una imatge perquè l'ha compartida una persona propera, molt per sobre d'altres criteris com el mitjà on ha estat publicada (17,8 %) o la versemblança de la imatge (12,2 %).

CRITERIS DE CONFIANÇA EN UNA IMATGE



Això indica un canvi de paradigma: **la veracitat s'associa essencialment a les relacions socials** més que a fonts institucionals o al seu propi contingut. Aquest fenomen reforça vincles, però també pot afavorir la circulació acrítica de continguts dins dels cercles d'amistat.

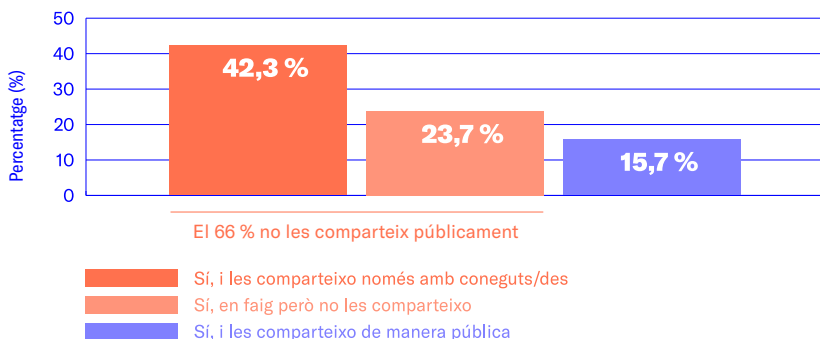
Grup focal a l'Institut Pau Vila, Sabadell.



4.3 — COMPARTIR MENYS PER PROTEGIR-SE MÉS

El 66 % del jovent opta per una circulació limitada de les seves imatges: un 42,3 % només les comparteix amb persones conegudes, un 23,7 % no les fa circular mai i només un 15,7 % les comparteix de manera pública.

HÀBITS DE CREACIÓ I CIRCULACIÓ DE FOTOGRAFIES: FAS FOTOGRAFIES?



L'informe destaca que **un 94 % utilitza plataformes amb ús privat** (Instagram, WhatsApp, TikTok, Snapchat...). La major part del contingut visual del jovent no arriba a circular, cosa que indica una pràctica fotogràfica intensa però reservada, guiada per la intimitat i els vincles personals, més que per la visibilitat pública. La majoria de joves volen preservar el control sobre la seva imatge i busquen espais segurs i de confiança.

Aquest comportament expressa una consciència activa al voltant de la privacitat i la reputació digital, i **qüestiona la idea que la joventut fa un ús irreflexiu, compulsiu i indiscriminat de les fotografies a les xarxes**. Molts i moltes adolescents fan servir diversos perfils per segmentar el públic al qual es dirigeixen i mantenir entorns més íntims, mostrant una gestió acurada i conscient de la seva presència digital.

4.4 — ÈTICA I RESPONSABILITAT VISUAL

El jovent mostra sensibilitat envers la privacitat i el respecte en l'ús de les imatges. Un **62,5 % afirma que no compartiria mai fotografies sensibles**, i la majoria evita difondre imatges sense consentiment. Aquesta consciència ètica es manifesta sobretot en l'àmbit relacional: **un 36,1 % no comparteix una fotografia si algú de la imatge li ho demana**.

Aquesta sensibilitat apunta a una ètica visual activa, però que cal reforçar amb educació en valors i responsabilitat digital.

4.5 — LA FOTOGRAFIA RESISTEIX EN L'ERA DEL VÍDEO

El **81,7 % del jovent fa fotografies**, mentre que només **un 35,8 % grava vídeos**. Malgrat l'expansió del vídeo en xarxes com TikTok, la fotografia continua sent el llenguatge visual més estable i accessible.

La seva pràctica és essencialment social i afectiva: els i les adolescents afirmen fotografiar sobretot amistats, família, paisatges, viatges i moments d'oci. La imatge funciona més com **una eina per construir relacions i reforçar vincles** que no pas com a mitjà d'autoexhibició individual.

Això qüestiona el tòpic del *selfie* narcisista i mostra una fotografia entesa com a memòria compartida i expressió de la felicitat quotidiana.

«Fotografio moments especials,
moments que no es tornaran a repetir.»

—Alumna, Institut Pau Vila (grup focal)

4.6 — ALTRES ASPECTES RELLEVANTS

— Desconfiança com a mecanisme de protecció

Davant del dubte sobre la veracitat de la imatge, **el jovent tendeix a desconfiar-ne** com a forma d'autoprotecció d'una potencial manipulació visual. Aquesta llavor del dubte és un reflex positiu d'autodefensa crítica, però cal enfortir-la amb criteri, coneixement i eines d'anàlisi per una comprensió més encertada i profunda del llenguatge visual.

— Consum visual fortuït

El **consum d'imatges és fortuït i poc actiu**, i sovint es troba condicionat pels algorismes de plataformes com Instagram o TikTok. Només un 25,7 % utilitza canals que fomenten la cerca deliberada d'imatges. Cal fomentar una mirada activa, conscient i analítica que els permeti passar d'un consum imposat a una experiència visual crítica i intencional.

— Perspectiva de gènere

Les noies porten a terme una pràctica més activa i conscient en la producció i circulació d'imatges. Utilitzen amb més freqüència plataformes de creació com Pinterest i obtenen millors resultats en interpretació i consciència crítica. Els nois, en canvi, tendeixen a fer un ús més desinhibit i menys reflexiu, amb una major propensió a compartir continguts sensibles i una menor sensibilitat crítica davant de les imatges delicades.

— Context territorial i social

Els entorns urbans i els municipis amb més recursos econòmics i culturals es correlacionen amb una major producció visual, confiança i capacitat crítica. En canvi, els contextos rurals o de renda baixa mostren una mirada més limitada o desconfiada cap a les imatges.

Aquesta desigualtat d'accés tecnològic, educatiu i cultural contribueix a ampliar la bretxa d'alfabetització visual: on hi ha més recursos, hi ha més formació i, per tant, més capacitat per mirar i interpretar el món visual de manera crítica.

5. Conclusions

- **Cal un canvi de paradigma: de la protecció** davant dels riscos de manipulació visual **a la formació crítica i creativa en la imatge.**
- **La confiança o desconfiança en les imatges** no es basa només en la detecció de manipulacions tècniques, sinó també en **factors emocionals, ètics i relacionals**. Cal ajudar el jovent a prendre consciència de la multitud d'elements interrelacionats que intervenen a l'hora d'avaluar la confiabilitat de les imatges: l'emissor, el canal de transmissió, el context de recepció, així com el vincle afectiu amb les persones que apareixen o la posició moral que adoptem envers la temàtica representada.
- El jovent demostra **consciència i prudència**, però encara té una mirada poc profunda, precipitada i insegura. Necessita **eines analítiques i criteris ètics** per entendre el llenguatge i la indústria visual en tota la seva complexitat, i fer-ne un ús més acurat i responsable.
- **La fotografia és una eina creativa i expressiva amb un gran potencial**, desaprofitada per la majoria del jovent, que en fa **un ús poc profund i significatiu**. L'adolescent necessita acompanyament per poder-se'n beneficiar plenament en un moment clau de la construcció de la seva identitat.
- **L'educació visual ha d'esdevenir una competència bàsica**, integrada curricularment a Primària i Secundària.

6. Recomanacions

L'alfabetització visual és **una responsabilitat compartida entre escola, família, cultura i societat civil**: educar la mirada és educar la ciutadania.

Cal garantir que les noves generacions no només consumeixin imatges, sinó també que les compreguin, les qüestionin i les utilitzin de manera conscient i significativa.

6.1 – A LES ADMINISTRACIONS PÚBLIQUES

Cal prendre's seriosament l'alfabetització visual com una **competència troncal** dins del sistema educatiu.

L'educació visual ha de tenir **espai curricular propi**, equip docent format i recursos didàctics estables, recomanacions que la plataforma #EducaciónNoSinArtes també destaca com a claus per a una educació artística de qualitat.

També és necessari **impulsar polítiques públiques i línies de finançament específiques** que garanteixin la igualtat d'oportunitats en educació visual arreu del territori. En aquesta línia, un bon exemple és la convocatòria de subvencions per realitzar projectes culturals i artístics de caràcter innovador als centres educatius impulsada pel CoNCA.

A més, cal treballar activament per **reduir la bretxa digital i visual**, abordant tant les desigualtats econòmiques com les diferències territorials en l'accés als recursos i en l'adquisició de competències visuals. Només així es podrà garantir una alfabetització visual equitativa i inclusiva arreu del territori.

6.2 — AL PROFESSORAT I EQUIPS EDUCATIUS

Des de la Fundació Photographic Social Vision estem treballant en una **proposta pilot de formació i recursos pedagògics** en alfabetització visual, pensada per ser implementada directament a l'aula.

Seguint les recomanacions de la Carta de les Arts a l'Educació i de la plataforma #EducaciónNoSinArtes, defensem la incorporació als centres educatius d'una figura de coordinació d'accions artístiques, culturals i mediàtiques. Aquesta persona hauria de vetllar pel **desplegament transversal de l'educació visual** i artística dins del projecte educatiu dels centres, assegurant que no quedi relegada darrera d'altres prioritats curriculars. La seva tasca permetria impulsar projectes col·laboratius entre docents, alumnes i artistes; connectar l'escola amb la comunitat cultural de l'entorn i garantir una presència coherent i continuada de les arts visuals en la formació de l'alumnat.

És necessari que **la formació en educació visual arribi també al professorat** per tal de garantir que mestres i docents disposin d'eines per fomentar la mirada crítica i ètica de l'alumnat. L'educació visual no és exclusiva de les noves generacions: també ha de formar part del desenvolupament professional del personal docent.

«Sense educació visual
no hi ha ciutadania crítica.»

6.3 — A LES FAMÍLIES

Des de la primera infància, és fonamental **llegir llibres amb els fills i les filles** i comentar-ne les imatges —com a missatges complexos que són— per ajudar a interpretar-les igual que fem amb els textos.

Amb l'adolescència, cal **conversar activament sobre el sentit de les imatges** i qüestionar el que es veu a les xarxes socials, fins i tot en espais privats o de confiança. I és important deixar clar que no tot el que circula és cert.

És clau **no adoptar un discurs negatiu o prohibicionista** envers les imatges, sinó promoure una mirada informada, responsable i crítica que també deixi espai per a la creativitat, el gaudi i la comunicació saludable amb el cercle d'amistats.

6.4 — AL SECTOR CULTURAL I MUSEÍSTIC

Les institucions culturals —museus, festivals, centres d'art, biblioteques i fundacions— poden ser **agents actius d'educació visual**.

Es proposa integrar programes com el de la Fundació Photographic Social Vision dins dels programes educatius i de mediació.

Es recomana també aproximar-se a recerques acadèmiques sobre el tema, com les que s'han dut a terme dins del projecte Visual Trust de la Universitat de Barcelona. (Línia de recerca 1.1 sobre imatge documental i fotoperiodisme, veure web per més detalls).

6.5 — A LES ENTITATS DEL TERCER SECTOR I ÀMBIT SOCIAL

Les entitats que treballen amb joves i col·lectius vulnerables poden incorporar l'alfabetització visual com a eina de cohesió i empoderament.

Promoure **tallers participatius, projectes fotogràfics i activitats de lectura crítica d'imatges** pot afavorir l'expressivitat, la confiança i la inclusió social.

6.6 — A LES EMPRESES I AL FINANÇAMENT PRIVAT

El desenvolupament de l'alfabetització visual **necessita inversió i col·laboració multisectorial**.

Les empreses poden **donar suport a l'extensió nacional i europea de la recerca** per arribar més lluny en la formació del pensament crític i la ciutadania digital.

Recomanem la **creació de línies d'inversió i finançament** per part d'empreses sensibilitzades que garanteixin el desenvolupament de les estratègies necessàries, accelerin la consecució dels objectius i en permetin la replicació a escala estatal i internacional.

Grup focal a l'Institut Pau Vila, Sabadell.



7. Missatge final

L'alfabetització visual no ha de ser ni un privilegi ni una competència opcional, sinó una **habilitat bàsica garantida en societat**. En democràcia, sense eines per analitzar, crear i compartir imatges amb sentit crític, perdem la nostra sobirania visual. Aquest informe vol ser un primer pas per garantir que les noves generacions puguin **mirar, pensar i imaginar el món amb plena autonomia i llibertat**.

8. Fitxa tècnica i metodologia

Entitats impulsores	Fundació Photographic Social Vision i Universitat de Barcelona (projecte Visual Trust)
Mostra	1.868 adolescents (12-19 anys) de 168 centres catalans
Metodologia	Període implementació enquesta: novembre-desembre 2024 Edat: 12-19 anys Gènere: 58,8 % noies, 38,9 % nois, 2,3 % no binàries Instrument: enquesta anònima (18 preguntes) + dos grups focals + entrevistes amb expertes
Dates del projecte	2023 (inici) - 2025 (final)
Àmbit territorial	Catalunya
Col·laboracions	D'EP Institut i World Press Photo Foundation (ús d'imatges del certamen)
Finançament	Fundació Banc Sabadell, Ajuntament de Barcelona, European Research Council, el programa de recerca ICREA de la Generalitat de Catalunya, Universitat de Barcelona

Un projecte de:



FUNDACIÓ
PHOTOGRAPHIC
SOCIAL VISION

VISUAL TRUST

Col·laborador principal:

B Sabadell
Fundació

Amb el suport de:

Barcelona 



UNIVERSITAT DE
BARCELONA



DESCARREGA L'INFORME COMPLET AQUÍ

Si vols consultar tot el detall de la investigació,
pots descarregar l'informe al complet en aquest QR:



www.fundacionpsv.org/ca/investigacio-amb-adolescents/

Contactes:

Fundació Photographic Social Vision
www.fundacionpsv.org

Visual Trust
www.visualtrust.ub.edu