

# Alfabetización visual y adolescencia

— Resumen ejecutivo  
de una investigación  
pionera en Cataluña

(2025)



En colaboración con el proyecto europeo

▼ISU▲L TR▼ST

# 1. Introducción

pág. 3

# 2. Justificación y contexto

pág. 4

# 3. Objeto de la investigación

pág. 4

# 4. Resultados destacados

pág. 5

# 5. Conclusiones

pág. 11

# 6. Recomendaciones

pág. 12

# 7. Mensaje final

pág. 16

# 8. Ficha técnica y metodología

pág. 17

# 1. Introducción

Este informe nace con la voluntad de **analizar las competencias de alfabetización visual de la adolescencia en Cataluña** (12-19 años) en un contexto de sobreexposición digital e irrupción de la inteligencia artificial.

El estudio se basa en una encuesta realizada entre noviembre y diciembre de 2024 a **1.868 adolescentes** de 168 centros educativos de todo el territorio, a partir de un cuestionario anónimo de 18 preguntas diseñado para medir los hábitos de creación, consumo e interpretación de imágenes. La encuesta, centrada en imágenes fotográficas documentales, se complementó con dos grupos focales y entrevistas con expertos.

El estudio ofrece un **diagnóstico pionero** sobre cómo **crean, consumen, comparten e interpretan imágenes los y las adolescentes** con el objetivo de **detectar carencias educativas y orientar políticas públicas y programas pedagógicos**.

## 2. Justificación y contexto

Vivimos en **una sociedad saturada de imágenes** que influyen en la manera de percibir y entender la realidad. Su naturaleza multimodal y su circulación constante en el espacio digital generan nuevas oportunidades, pero también graves riesgos: aumento de la desinformación, crisis de veracidad, pérdida de autonomía crítica y proliferación de relatos visuales monopolizados.

**La falta de una educación visual óptima, reglada e inclusiva** (a nivel socioeconómico, cultural, de género o de diversidad funcional) agrava estas problemáticas y limita la capacidad de la juventud para interpretar los mensajes visuales que consume y produce, afectando también a su autoestima y sus relaciones sociales.

En este contexto, la alfabetización visual —entendida como la capacidad de hacer, analizar y compartir imágenes de manera crítica— se convierte en una competencia esencial para llegar a ser ciudadanos conscientes, creativos y capaces de imaginar otras maneras de mirar y de vivir el mundo.

## 3. Objeto de la investigación

**Determinar el nivel de alfabetismo visual del alumnado catalán** de 12 a 19 años, analizando cómo produce, comparte e interpreta fotografías.

Identificar estrategias para **integrar la formación visual en el currículum educativo**, y reforzar así la comprensión crítica y autónoma de las imágenes.

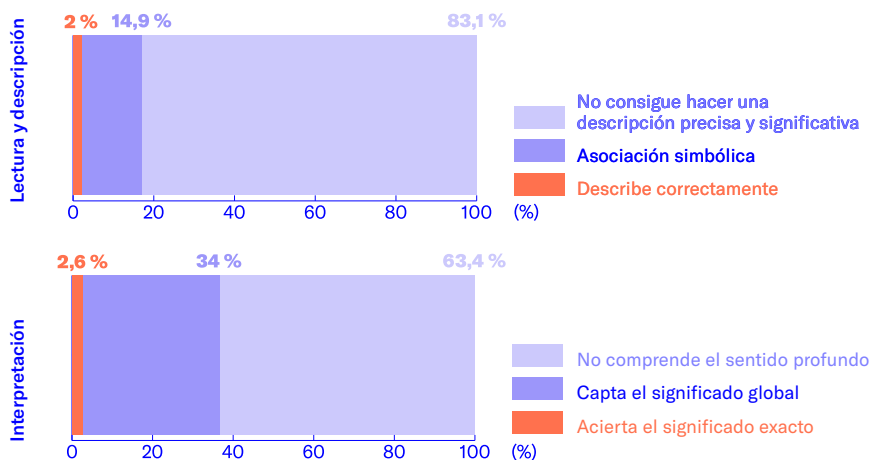
## 4. Resultados destacados

### 4.1 – LECTURA CRÍTICA INSUFICIENTE: CONSUMO VELOZ Y SUPERFICIAL

A pesar de la familiaridad con las imágenes, **la mayoría de adolescentes carece de una mirada crítica consolidada**. Saben captar el significado simbólico global de una fotografía, pero tienen dificultades para describirla y analizarla en profundidad. Su vínculo con las imágenes es ágil y constante, pero a menudo superficial, marcado por el ritmo acelerado y fragmentado de las redes sociales.

- **Solo el 2 % del alumnado encuestado sabe describir correctamente la fotografía y acierta su significado.**
- Un 14,9 % establece una asociación simbólica de sus elementos y el 34 % capta el significado de manera global.
- El 63,4 % no comprende el sentido profundo.
- El 83,1 % no consigue hacer una descripción precisa y significativa de la fotografía.

#### COMPRENSIÓN VISUAL DE LOS ADOLESCENTES



Estos datos muestran que **interactuar con imágenes no equivale a comprenderlas**: la mirada crítica no surge de manera espontánea, sino que requiere acompañamiento educativo, formación docente y espacios curriculares específicos. Es preciso saber leer e interpretar las imágenes con la misma profundidad con la que aprendemos a leer y entender un texto.

«La juventud entiende el mensaje global de una fotografía, pero no se detiene a analizar los elementos visuales que le dan significado.»

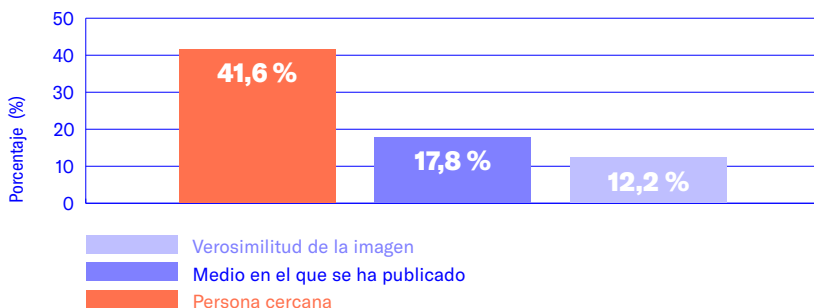
Joven respondiendo a la encuesta durante grupo focal en el Instituto Badalona VII, Badalona.



## 4.2 — LOS Y LAS JÓVENES CONFÍAN MÁS EN SU ENTORNO QUE EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

**El 41,6 % del alumnado encuestado confía en una imagen porque la ha compartido una persona cercana**, muy por encima de otros criterios como el medio en el que se ha publicado (17,8 %) o la verosimilitud de la imagen (12,2 %).

### CRITERIOS DE CONFIANZA EN UNA IMAGEN



Esto indica un cambio de paradigma: **la veracidad se asocia básicamente con las relaciones sociales** y no tanto con fuentes institucionales o con el contenido en sí. Este fenómeno refuerza vínculos, pero también puede favorecer la circulación acrítica de contenidos en el seno de los círculos de amistad.

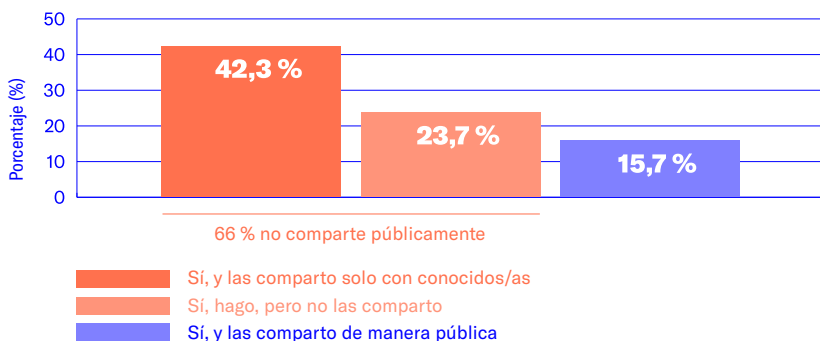
Grupo focal en el Instituto Pau Vila, Sabadell.



## 4.3 — COMPARTIR MENOS PARA PROTEGERSE MÁS

**El 66 % del alumnado opta por una circulación limitada de sus imágenes:** un 42,3 % solo las comparte con personas conocidas; un 23,7 % no las comparte nunca, y solo un 15,7 % las comparte de manera pública.

### HÁBITOS DE CREACIÓN Y CIRCULACIÓN DE FOTOGRAFÍAS: ¿HACES FOTOGRAFÍAS?



El informe destaca que **un 94 % utiliza plataformas con uso privado** (Instagram, WhatsApp, TikTok, Snapchat...). La mayor parte del contenido visual de los y las adolescentes no llega a circular, lo que indica una práctica fotográfica intensa, pero reservada, guiada por la intimidad y los vínculos personales, y no tanto por la visibilidad pública. La mayoría del alumnado desea conservar el control sobre su imagen y busca espacios seguros y de confianza.

Este comportamiento expresa una conciencia activa en torno a la privacidad y la reputación digital, y **cuestiona la idea de que la juventud hace un uso irreflexivo, compulsivo e indiscriminado de las fotografías en las redes sociales**. Muchos y muchas adolescentes utilizan varios perfiles para segmentar el público al que se dirigen y mantener entornos más íntimos, lo que demuestra una gestión cuidada y consciente de su presencia digital.

#### 4.4 — ÉTICA Y RESPONSABILIDAD VISUAL

El alumnado muestra sensibilidad hacia la privacidad y el respeto en el uso de las imágenes. Un **62,5 % afirma que no compartiría nunca fotografías sensibles**, y la mayoría evita difundir imágenes sin consentimiento. Esta conciencia ética se manifiesta sobre todo en el ámbito relacional: **un 36,1 % no comparte una fotografía si alguien de la imagen se lo pide**.

Esta sensibilidad apunta a una ética visual activa, pero que se debe reforzar con educación en valores y responsabilidad digital.

#### 4.5 — LA FOTOGRAFÍA RESISTE EN LA ERA DEL VÍDEO

El **81,7 % de los y las adolescentes hace fotografías**, mientras que **solo un 35,8 % graba vídeos**. A pesar de la expansión del vídeo en redes como TikTok, la fotografía continúa siendo el lenguaje visual más estable y accesible.

Su práctica es esencialmente social y afectiva: el alumnado encuestado afirma que fotografía sobre todo amistades, familia, paisajes, viajes y momentos de ocio. La imagen funciona más como **una herramienta para construir relaciones y reforzar vínculos** que como medio de autoexhibición individual.

Esto pone en cuestión el tópico del *selfi* narcisista y muestra una fotografía entendida como memoria compartida y expresión de la felicidad cotidiana.

«Fotografío momentos especiales,  
momentos que no se volverán a repetir.»

—Alumna, Institut Pau Vila (grupo focal)

## 4.6 — OTROS ASPECTOS RELEVANTES

### — Desconfianza como mecanismo de protección

Ante la duda sobre la veracidad de la imagen, **los y las jóvenes tienden a desconfiar** como forma de autoprotección de una potencial manipulación visual. Esta semilla de duda representa un reflejo positivo de autodefensa crítica, pero es preciso reforzarla con criterio, conocimiento y herramientas de análisis para una comprensión más acertada y profunda del lenguaje visual.

### — Consumo visual fortuito

El **consumo de imágenes es fortuito y poco activo**. En muchos casos se encuentra condicionado por los algoritmos de plataformas como Instagram o TikTok. Solo un 25,9 % utiliza canales que fomentan la búsqueda deliberada de imágenes. Es preciso fomentar una mirada activa, consciente y analítica que permita pasar de un consumo impuesto a una experiencia visual crítica e intencional.

### — Perspectiva de género

Las chicas llevan a cabo una práctica más activa y consciente en la producción y la circulación de imágenes. Utilizan con más frecuencia plataformas de creación como Pinterest y obtienen mejores resultados en interpretación y conciencia crítica. Los chicos, en cambio, tienden a hacer un uso más desinhibido y menos reflexivo, con una mayor propensión a compartir contenidos delicados y una menor sensibilidad crítica ante las imágenes delicadas.

### — Contexto territorial y social

Los entornos urbanos y los municipios con más recursos económicos y culturales se correlacionan con una mayor producción visual, confianza y capacidad crítica. En cambio, los contextos rurales o de renta baja muestran una mirada más limitada o desconfiada frente a las imágenes.

**Esta desigualdad de acceso tecnológico, educativo y cultural contribuye a ampliar la brecha de alfabetización visual:** allí donde hay más recursos, hay más formación y, por tanto, más capacidad para observar e interpretar el mundo visual de manera crítica.

## 5. Conclusiones

- **Se necesita un cambio de paradigma: de la protección** ante los riesgos digitales **a la formación crítica y creativa en la imagen.**
- **La confianza o desconfianza en las imágenes** no se basa solo en la detección de manipulaciones técnicas, sino también en **factores emocionales, éticos y relacionales.** Hay que ayudar la juventud a tomar conciencia de la multitud de elementos interrelacionados que intervienen a la hora de evaluar la confiabilidad de las imágenes: el emisor, el canal de transmisión, el contexto de recepción, así como el vínculo afectivo con las personas que aparecen en la imagen o la posición moral que adoptamos hacia la temática representada.
- Los y las jóvenes demuestran **conciencia y prudencia**, pero todavía tienen **una mirada poco profunda**, precipitada e insegura. Necesitan **herramientas analíticas y criterios éticos** para entender el lenguaje y la industria visual en toda su complejidad, y hacer un uso más cuidadoso y responsable.
- **La fotografía es una herramienta creativa y expresiva con un gran potencial**, desaprovechada por la mayoría de la juventud, que hace **un uso poco profundo y significativo.** El adolescente necesita acompañamiento para poderse beneficiar plenamente en un momento clave de la construcción de su identidad.
- **La educación visual debe convertirse en una competencia básica**, integrada en los currículums de Primaria y Secundaria.

## 6. Recomendaciones

La alfabetización visual es **una responsabilidad compartida entre centros educativos, familias, cultura y sociedad civil**: educar la mirada es educar a la ciudadanía.

Es preciso garantizar que las nuevas generaciones no solo consuman imágenes, sino que además las comprendan, las cuestionen y las utilicen de manera consciente y significativa.

### 6.1 – A LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

Es preciso tomarse en serio la alfabetización visual como una **competencia troncal** dentro del sistema educativo.

La educación visual debe contar con un **espacio curricular propio**, equipo docente formado y recursos didácticos estables, recomendaciones que la plataforma #EducaciónNoSinArtes también destaca como fundamentales para una educación artística de calidad.

También es necesario **impulsar políticas públicas y líneas de financiación específicas** que garanticen la igualdad de oportunidades en educación visual en todo el territorio. E esta línea, un buen ejemplo es la convocatoria de subvenciones para realizar proyectos culturales y artísticos de carácter innovador en los centros educativos impulsada por el CoNCA.

Además, es preciso trabajar activamente para **reducir la brecha digital y visual**, abordando tanto las desigualdades económicas como las diferencias territoriales en el acceso a los recursos y en la adquisición de competencias visuales. Solo así se podrá garantizar una alfabetización visual equitativa e inclusiva en todo el territorio.

## 6.2 — AL PROFESORADO Y LOS EQUIPOS EDUCATIVOS

Desde la Fundación Photographic Social Vision trabajamos en una **propuesta piloto de formación y recursos pedagógicos** en alfabetización visual, pensada para ser implementada directamente en el aula.

Siguiendo las recomendaciones de la Carta de las Artes en la Educación y la plataforma #EducaciónNoSinArtes, defendemos la incorporación a los centros educativos de una figura de coordinación de acciones artísticas, culturales y mediáticas. Esta persona velaría por el **despliegue transversal de la educación visual** y artística en el proyecto educativo de los centros con el fin de asegurarse de que no quede relegada frente a otras prioridades curriculares. Su tarea permitiría impulsar proyectos colaborativos entre docentes, alumnos/as y artistas; conectar el centro educativo con la comunidad cultural del entorno, y garantizar una presencia coherente y continuada de las artes visuales en la formación del alumnado.

Es necesario que **la formación en educación visual llegue también al profesorado** para garantizar que maestros/as y docentes dispongan de herramientas para fomentar la mirada crítica y ética del alumnado. La educación visual no es exclusiva de las nuevas generaciones: también debe formar parte del desarrollo profesional del personal docente.

«Sin educación visual  
no hay ciudadanía crítica.»

## 6.3 — A LAS FAMILIAS

Es fundamental **leer libros con los hijos y las hijas** desde la primera infancia, comentar las imágenes como mensajes complejos e interpretarlas juntos igual que el texto.

Con los adolescentes, es preciso **conversar de manera activa sobre el significado de las imágenes** y cuestionar lo que se ve en las redes sociales, incluso en espacios privados o de confianza. Y es importante dejar claro que no todo lo que circula es cierto.

Es preciso **evitar los discursos negativos o prohibicionistas** respecto a las imágenes; por el contrario, debemos promover una mirada informada, responsable y crítica que también deje espacio para la creatividad, el disfrute y la comunicación saludable con el círculo de amistades.

## 6.4 — AL SECTOR CULTURAL Y MUSEÍSTICO

Las instituciones culturales —museos, festivales, centros de arte, bibliotecas y fundaciones— pueden ser **agentes activos de la educación visual**.

Se propone integrar programas como el de la Fundación Photographic Social Vision en los programas educativos y de mediación.

Se recomienda también aproximarse a investigaciones académicas sobre el tema, como las que se han llevado a cabo en el marco del proyecto Visual Trust de la Universidad de Barcelona. (Línea de investigación 1.1 sobre imagen documental y fotoperiodismo, consultar web para más detalles).

## 6.5 — A LAS ENTIDADES DEL TERCER SECTOR Y DEL ÁMBITO SOCIAL

Las entidades que trabajan con jóvenes y colectivos vulnerables pueden incorporar la alfabetización visual como herramienta de cohesión y empoderamiento.

Promover **talleres participativos, proyectos fotográficos y acciones de lectura crítica de imágenes** puede favorecer la expresividad, la confianza y la inclusión social.

## 6.6 — A LAS EMPRESAS Y LA FINANCIACIÓN PÚBLICA

El desarrollo de la alfabetización visual **necesita inversión y colaboración multisectorial**.

Las empresas pueden **apoyar la extensión nacional y europea de la investigación** para llegar más lejos en la formación del pensamiento crítico y la ciudadanía digital.

Recomendamos la creación de **líneas de inversión y financiación** por parte de empresas sensibilizadas que garanticen el desarrollo de las estrategias necesarias, aceleren la consecución de los objetivos y permitan su reproducción a escala estatal e internacional.

Grupo focal en el Instituto Pau Vila, Sabadell.



## 7. Mensaje final

La alfabetización visual no debe ser ni un privilegio ni una competencia opcional, sino una **habilidad básica garantizada en sociedad**. En democracia, sin herramientas para analizar, crear y compartir imágenes con sentido crítico, perdemos nuestra soberanía visual. Este informe pretende ser un primer paso para garantizar que las nuevas generaciones puedan **observar, pensar e imaginar el mundo con plena autonomía y libertad**.

## 8. Ficha técnica y metodología

|                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Entidades impulsoras</b> | Fundación Photographic Social Vision y Universidad de Barcelona (proyecto Visual Trust)                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Muestra</b>              | 1.868 adolescentes (12-19 años)<br>de 168 centros catalanes                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Metodología</b>          | <b>Periodo implementación encuesta:</b><br>noviembre-diciembre 2024<br><br><b>Edad:</b><br>12-19 años<br><br><b>Género:</b><br>58,8 % chicas, 38,9 % chicos, 2,3 % no binarias<br><br><b>Instrumento:</b><br>encuesta anónima (18 preguntas)<br>+ dos grupos focales<br>+ entrevistas con expertas |
| <b>Fechas del proyecto</b>  | 2023 (inicio) - 2025 (final)                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Ámbito territorial</b>   | Cataluña                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Colaboraciones</b>       | D'EP Institut<br>y World Press Photo Foundation<br>(uso de imágenes del certamen)                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Financiación</b>         | Fundación Banc Sabadell, Ajuntament de Barcelona, European Research Council, programa de recerca ICREA de la Generalitat de Catalunya, Universidad de Barcelona                                                                                                                                    |

Un proyecto de:



FUNDACIÓN  
PHOTOGRAPHIC  
SOCIAL VISION

VISUAL TRUST

Colaborador principal:

**B Sabadell**  
Fundación

Con el apoyo de:

Barcelona 



UNIVERSITAT DE  
BARCELONA



## DESCARGA EL INFORME COMPLETO AQUÍ

Si quieres consultar todo el detalle de la investigación,  
puedes descargar el informe al completo en este QR:



<https://www.fundacionpsv.org/investigacion-con-adolescentes/>

Contactos:

**Fundación Photographic Social Vision**  
[www.fundacionpsv.org](http://www.fundacionpsv.org)

**Visual Trust**  
[www.visualtrust.ub.edu](http://www.visualtrust.ub.edu)