

NOTA DE PRENSA 03.12.2025

Una investigación pionera alerta de carencias en la educación visual de los jóvenes

La adolescencia vive rodeada de fotografías, pero no sabe interpretarlas en profundidad

La **Fundación Photographic Social Vision**, con el apoyo del proyecto europeo de investigación **Visual Trust** de la **Universitat de Barcelona**, y la colaboración principal de la **Fundación Banc Sabadell**, presenta el informe “**Alfabetización visual y adolescencia**”, un **estudio pionero** que ofrece un **diagnóstico** sobre **cómo la juventud crea, consume, comparte e interpreta imágenes**, con el objetivo de **detectar insuficiencias educativas y orientar políticas públicas y programas pedagógicos**.

>> La investigación **analiza las competencias de educación visual de la adolescencia en Cataluña**, a partir de una encuesta dirigida a cerca de **2.000 jóvenes** de entre **12 y 19 años**, de **168 centros educativos**, centrada en **imágenes fotográficas documentales**.

>> A pesar de la familiaridad con las imágenes, **la mayoría de adolescentes realiza un consumo veloz y superficial de las fotografías**, con una **lectura crítica insuficiente**: captan el sentido simbólico global de una fotografía, pero tienen dificultades para explicarla y analizarla en profundidad. Sólo un **2% sabe describir de forma precisa, significativa y simbólica la imagen** a la vez que interpretarla.

>> La **juventud cree más en su entorno que en los medios de comunicación**: un **41,6% confía en una imagen porque la ha compartido una persona cercana**, muy por encima de otros criterios como el medio donde ha sido publicada o la verosimilitud de la imagen. La **veracidad se asocia esencialmente a las relaciones sociales** más que a fuentes institucionales o al propio contenido.

>> Los y las **adolescentes restringen lo que comparten para protegerse**: el **66% opta por una circulación limitada de sus imágenes**, además, un **94% utiliza plataformas que permiten un uso privado**, con una **práctica fotográfica intensa pero reservada**. Esto **cuestiona el prejuicio de que hagan un uso indiscriminado de las fotografías en las redes**.

>> La juventud asegura hacer un uso ético y responsable de las fotografías. La mayoría evita difundir imágenes sin consentimiento y un 62,5% dice que nunca compartiría fotografías con contenido sensible.

>> La fotografía resiste en la era del vídeo: el 81,7% de la juventud toma fotografías, mientras que sólo un 35,8% graba vídeos. Además, sobre todo utilizan la fotografía como herramienta relacional para reforzar vínculos, rebatiendo el tópico del *selfie* narcisista.

>> La investigación revela que la juventud suele **compartir fotografías con prudencia y tiende a desconfiar** como mecanismo de protección, pero en general hace una **lectura superficial de las imágenes y pierde criterio crítico dentro de sus círculos de confianza**, por lo que ese es el ámbito donde hay que incidir, ayudándoles a leer las fotografías de forma más profunda y a identificar los aspectos que les influyen a la hora de interpretar o confiar en ellas.

>> Para que los y las jóvenes aprovechen el potencial creativo y expresivo de la fotografía, el informe concluye que **es necesario pasar del paradigma de la protección al paradigma de la formación**. El reto actual no consiste en reforzar el discurso del peligro y la protección, que ya tienen interiorizado, sino en **dotar de herramientas para comprender, cuestionar y producir imágenes**, con el objetivo de **reforzar la creatividad y el pensamiento crítico** de los jóvenes

>> Además, y teniendo en cuenta que la educación visual es una **responsabilidad compartida entre escuela, familia y sociedad civil**, el informe propone una serie de recomendaciones para mejorarla.

En una sociedad saturada de imágenes, la juventud catalana consume más imágenes que nunca, pero no dispone de herramientas suficientes para comprenderlas en profundidad. Ésta es una de las conclusiones principales del **informe “Alfabetización visual y adolescencia”**, elaborado por la **Fundación Photographic Social Vision**, entidad que defiende la fotografía documental como vía para construir una sociedad más consciente y mejor informada, con el apoyo del proyecto europeo de investigación **Visual Trust** de la **Universitat de Barcelona**, y la colaboración principal de la **Fundación Banc Sabadell**. Se trata de un estudio pionero que realiza un primer **diagnóstico sobre el estado actual de la educación visual de la adolescencia en Cataluña**.

El hecho de que **una generación que vive comunicándose con imágenes no esté suficientemente capacitada para leerlas críticamente abre un debate urgente** ahora que la irrupción de la inteligencia artificial ha acelerado el aumento de la desinformación, la crisis de veracidad, o la pérdida de autonomía crítica en la que ya

estábamos inmersos. En este contexto, **la educación visual se convierte en una competencia esencial** para llegar a ser ciudadanos conscientes y creativos.

Esta **investigación** se basa en una encuesta realizada, entre noviembre y diciembre de 2024, a **1.868 adolescentes de entre 12 y 19 años**, de **168 centros educativos** de toda Cataluña. El cuestionario, anónimo y especialmente diseñado para este estudio, **analiza cómo la juventud crea, consume, comparte e interpreta imágenes**, centrándose en la **fotografía documental**. Y su objetivo es **identificar cuáles son las carencias educativas más acuciantes y orientar políticas públicas y programas pedagógicos**.

Radiografía del uso de fotografías por parte de los jóvenes

Lectura crítica insuficiente: consumo veloz y superficial

A pesar de su familiaridad con las imágenes, **la mayoría de adolescentes no dispone de una mirada crítica consolidada**. Saben captar el sentido 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.

Sólo un **2% de los adolescentes encuestados sabe describir de forma precisa, significativa y simbólica la imagen** a la vez que sabe **interpretarla en profundidad**. Un 14,9% realiza una asociación simbólica de sus elementos, un 83,1% no consigue hacer una descripción esmerada y significativa de la fotografía.

En cuanto a la interpretación, un 34% capta su significado de manera global, mientras que el 64,3% no comprende su sentido profundo.

Estos datos muestran que **interactuar con imágenes no equivale a comprenderlas: "La juventud entiende el mensaje global de una fotografía, pero no se detiene a analizar los elementos visuales que le dan significado"**, concluye el informe.

Más confianza en el entorno que en los medios de comunicación

Un **41,6% confía en una imagen porque la ha compartido una persona cercana**, muy por encima de otros criterios como el medio en el que ha sido publicada (17,8%) o la verosimilitud de la imagen (12,2%). Estos datos indican un cambio de paradigma: **la veracidad se asocia esencialmente a las relaciones sociales** más que a fuentes institucionales o a su propio contenido. Este fenómeno refuerza vínculos, pero también puede favorecer la circulación acrítica de contenidos dentro de los círculos de amistad.

Compartir menos para protegerse más

El 66% de los jóvenes opta por una circulación limitada de sus imágenes: un 42,3% sólo las comparte con personas conocidas, un 23,7% no las hace circular nunca y sólo un 15,7% las comparte de forma absolutamente pública.

El informe destaca que un **94% utiliza plataformas que permiten un uso privado** (Instagram, WhatsApp, TikTok, Snapchat...). La mayor parte del contenido visual de los jóvenes no llega a circular, lo que indica una **práctica fotográfica intensa pero reservada**, guiada por la intimidad y los vínculos personales, más que por la visibilidad pública. **La mayoría de jóvenes quiere preservar 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.** Muchos y muchas adolescentes utilizan varios perfiles para segmentar al público al que se dirigen y mantener entornos más íntimos, mostrando una **gestión cuidadosa y consciente de su presencia digital.**

Ética y responsabilidad visual

La juventud muestra sensibilidad hacia la privacidad y el respeto en el uso de las imágenes. **Un 62,5% afirma que nunca compartiría fotografías de contenido sensible**, 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 se lo pide alguien que sale a la imagen. Esta sensibilidad apunta a una **ética visual activa**, pero que es necesario reforzar con educación en valores y responsabilidad digital.

La fotografía resiste en la era del vídeo

El 81,7% de la juventud toma fotografías, mientras que sólo un 35,8% graba vídeos. Pese a la expansión del vídeo en redes sociales como TikTok, la fotografía sigue siendo el lenguaje visual más estable y accesible. Su **práctica es esencialmente social y afectiva**: fotografían 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 cuestiona el tópico del *selfie* narcisista y muestra una fotografía entendida como memoria compartida y expresión de la felicidad cotidiana.

Desconfianza como mecanismo de protección

Ante la duda sobre la veracidad de la imagen, la juventud tiende a desconfiar de ella como forma de autoprotección de una potencial manipulación visual. Esta semilla de la duda es un reflejo positivo de autodefensa crítica, pero **en ocasiones desemboca en una desconfianza excesiva y hay que nutrirlos con criterio, conocimiento y herramientas de análisis** por una comprensión más acertada y profunda del lenguaje visual.

Consumo visual fortuito

El consumo de imágenes es fortuito y poco activo, y **a menudo se encuentra condicionado por algoritmos de plataformas** como Instagram o TikTok. Sólo un 25,7% utiliza canales que fomentan la búsqueda deliberada de imágenes. **Es**

necesario fomentar una mirada activa, consciente y analítica que les permita pasar de un consumo impuesto a una experiencia visual crítica e intencional.

Perspectiva de género

Las chicas realizan una práctica más activa y consciente en la producción y circulación de imágenes. Usan con mayor 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 mayor propensión a compartir contenidos sensibles y una menor sensibilidad crítica** frente a las imágenes delicadas.

Contexto territorial y social

Los entornos urbanos y los municipios con más recursos económicos y culturales tienen correlación con mayor producción visual, confianza y capacidad crítica. Sin embargo, los contextos rurales o de renta baja muestran una mirada más limitada o desconfiada hacia las imágenes. Esta desigualdad de acceso tecnológico, educativo y cultural contribuye a ampliar la brecha de educación visual: donde hay más recursos, hay más formación y, por tanto, más capacidad para mirar e interpretar el mundo visual de forma crítica.

Conclusiones de la investigación

Aspectos clave que revela el informe, como que los y las adolescentes comparten sus fotografías de forma restringida, que demuestran un uso ético y responsable o que tienden a desconfiar como mecanismo de protección, permiten concluir que **es necesario un cambio de paradigma: pasar de la alarma a la formación crítica y creativa en la imagen. El reto actual** no consiste en reforzar el discurso del peligro y la protección, porque ya lo tienen interiorizado, sino en **dotar de herramientas para comprender, cuestionar y producir imágenes desde una mirada crítica, consciente y personal.**

Por otra parte, **es necesario ayudar a la juventud a tomar conciencia de que la confianza o desconfianza en las imágenes no se basa sólo en detectar manipulaciones técnicas, sino también en factores emocionales, éticos y relacionales**, como quién es el emisor, el canal de transmisión, el contexto de recepción, así como el vínculo afectivo con las personas que aparecen en él o la posición moral que se adopta hacia la temática representada.

La juventud demuestra conciencia y prudencia, pero todavía tiene una mirada poco profunda, apresurada e insegura. Necesita herramientas analíticas y criterios éticos para entender el lenguaje y la industria visual en toda su complejidad, y hacer un uso más esmerado y responsable.

La fotografía es una herramienta creativa y expresiva con un gran potencial, desaprovechada por la mayor parte de los jóvenes, que hace un uso poco profundo y significativo. **La educación visual debe convertirse en una competencia básica, integrada curricularmente en Primaria y Secundaria.** El adolescente necesita acompañamiento para poder beneficiarse plenamente en un momento clave de la construcción de su identidad.

Recomendaciones del informe

La educación visual es una **responsabilidad compartida entre escuela, familia y sociedad civil**. El informe propone una serie de recomendaciones, de las que aquí se destacan algunas –en el resumen ejecutivo, incluido en el Press Kit, están todas explicadas con más detalle–.

Es necesario que la **administración pública** incorpore la alfabetización visual como una competencia troncal dentro del sistema educativo, con recursos, formación docente y financiación específica. También es necesario reducir desigualdades territoriales y socioeconómicas, garantizando que todas las escuelas dispongan de los medios necesarios para desarrollar las competencias visuales del alumnado.

En este marco, los **centros educativos** deberían contar con figuras coordinadoras que velen por la integración de la educación visual en todas las materias, y el **profesorado** debería recibir formación específica para fomentar una mirada crítica y responsable.

Paralelamente, las **familias** desempeñan un papel clave: es importante conversar con los niños y adolescentes sobre las imágenes, analizarlas con el mismo detalle que los textos y evitar discursos basados únicamente en la prohibición, promoviendo, en cambio, una relación sana, creativa y consciente con los contenidos visuales.

Por último, el informe destaca que el desarrollo de la alfabetización visual requiere una acción colectiva que incluya **instituciones culturales, entidades del tercer sector y empresas**. Museos, centros de arte, fundaciones y proyectos divulgativos pueden impulsar programas educativos, mientras que las entidades sociales pueden utilizar la imagen como herramienta de inclusión y empoderamiento. El sector privado, por su parte, puede contribuir con inversión y apoyo a la investigación, facilitando que estas estrategias se extiendan y repliquen a escala estatal e internacional.

Desde la **Fundación Photographic Social Vision** ya se están aplicando muchas de las conclusiones de esta investigación dentro del programa educativo de la exposición World Press Photo en Barcelona, que la propia Fundación organiza desde hace más de veinte años y donde recibe a unos 7.000 escolares en visitas guiadas en cada edición. Por ejemplo, se les hace un recorrido más participativo y más cercano a las vivencias de la gente de su edad; se ha ampliado el dossier educativo que se proporciona al profesorado con propuestas para trabajar en el aula y se ha creado un espacio educativo dentro de la exposición donde la juventud puede expresar su propia visión de la actualidad.

Además, la Fundación Photographic **trabaja en una propuesta piloto de formación y recursos pedagógicos en educación visual** para ponerla al servicio de profesionales educativos. Espera contribuir así a reforzar el espíritu crítico y creativo de la adolescencia y construir una sociedad mejor preparada por un mundo donde la imagen es el lenguaje social dominante.

Un projecte de



FUNDACIÓ
PHOTOGRAPHIC
SOCIAL VISION

VISUAL TRUST

Col·laborador principal

Sabadell
Fundació

Amb el suport de

Barcelona



UNIVERSITAT DE
BARCELONA



ERC
European Research Council

CONTACTO DE PRENSA

Teresa Vallbona | 679 802 176 | premsa@teresavallbona.com