

INFORME SOBRE MEDIDAS DE ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA DESARROLLADAS EN ESPAÑA EN EL PERÍODO 2023-2025

REF. INF/DTSA/170/25

Fecha 11 de diciembre

www.cnmc.es

INFORME SOBRE MEDIDAS DE ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA DESARROLLADAS EN ESPAÑA EN EL PERÍODO 2023-2025

(INF/DTSA/170/25 ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA)

CONSEJO. SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidente

D. Ángel García Castillejo

Consejeros

D. Josep Maria Salas Prat
D. Carlos Aguilar Paredes
D.ª María Jesús Martín Martínez
D. Enrique Monasterio Beñaran

Secretaria

D.ª María Ángeles Rodríguez Paraja

En Barcelona, a 11 de diciembre de 2025

La Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, en su reunión de 11 de diciembre de 2025, ha aprobado el presente Informe sobre las medidas de alfabetización mediática desarrolladas en España entre noviembre de 2022 y octubre de 2025.

Este informe se aprueba de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 9 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC), a la que le corresponde la competencia de supervisión y control en materia del mercado de la comunicación audiovisual. En particular, el apartado 2 de dicha ley señala que la CNMC elaborará y publicará un informe cada tres años sobre las medidas de alfabetización mediática adoptadas por los prestadores del servicio de comunicación audiovisual de ámbito estatal y los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, de conformidad con lo previsto en el artículo 10.5 de la Ley

13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual (en adelante, LGCA).

Adicionalmente, la Comisión Europea publicó el 21 de febrero de 2023 la [Comunicación C/2023/1105](#)¹, con directrices sobre el alcance de los informes de los Estados miembros relativas a las medidas de promoción y desarrollo de alfabetización mediática (en adelante, la Comunicación) sobre qué aspectos abordar en dicho informe.

Este informe debe entregarse a la Comisión Europea a más tardar el 19 de diciembre de 2025, según lo fijado en el artículo 33.2(bis) de la Directiva Audiovisual² (en adelante DCSA). En dicho artículo, se establece que el primer informe de alfabetización mediática debe entregarse “*A más tardar el 19 de diciembre de 2022, y posteriormente cada tres años*”.

El presente informe incluye las medidas de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual a nivel estatal, las medidas desplegadas por los prestadores de ámbito autonómico y local, las emprendidas por las entidades sin ánimo de lucro, la financiación pública destinada al desarrollo y promoción de la alfabetización mediática, así como el despliegue de estas medidas en el ámbito educativo y la implicación legislativa y organizativa a todos los niveles.

Como novedad, este informe también incorpora las medidas desplegadas por las plataformas de intercambio de vídeo y de influencers registrados en España.

¹ [Guidelines pursuant to Article 33^a\(3\) of the Audiovisual Media Services Directive on the scope of Member States' concerning measures for the promotion and development of media literacy skills.](#)

² [Directiva 2010/13/UE, de 10 de marzo de 2010, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual, modificada por la Directiva 2018/1808 del Parlamento y del Consejo, de 14 de noviembre de 2018.](#)

CONTENIDO

1. Introducción	5
1.1. Marco normativo.....	5
1.2. Medidas de alfabetización mediática recopiladas	6
1.3. Aportaciones recibidas	12
2. Medidas legislativas	16
3. Medidas organizativas.....	21
4. Medidas de financiación.....	23
5. Medidas de alfabetización mediática (general)	30
6. Medidas de alfabetización mediática incluidas en el currículum educativo.	57
7. Medidas de alfabetización mediática de prestadores, plataformas de intercambio de vídeos e influencers.....	61
7.1. Medidas de prestadores de servicios de comunicación audiovisual de ámbito estatal.	61
7.2. Medidas de prestadores de servicios de comunicación audiovisual de ámbito autonómico y local.	94
7.3. Medidas de plataformas de intercambio de vídeos.....	107
7.4. Medidas de plataformas de vídeo bajo demanda (no España).....	109
7.5. Medidas de Usuarios de Especial Relevancia (UER).	109
7.6. Medidas de influencers	118
8. Medidas y métodos de evaluación	127
9. Anexo I – Enlaces facilitados por los agentes en los formularios de “medidas de alfabetización mediática (general)”	128
10. Anexo II – Enlaces facilitados por los prestadores de servicios de comunicación audiovisual (estatal y autonómico)	143
11. Anexo III – Resumen de todas las iniciativas recopiladas en el periodo 2023-2025.....	181

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Marco normativo

El citado artículo 10 de la LGCA dispone en su punto 5 que la autoridad audiovisual competente de ámbito estatal elaborará un informe cada tres años sobre las medidas impulsadas y su eficacia.

Relacionado con lo anterior, el artículo 33 bis de la DCSA se refiere a que los Estados miembros promoverán y tomarán medidas para el desarrollo de las capacidades de alfabetización mediática y tomarán medidas para el desarrollo de las capacidades de alfabetización mediática, informando a la Comisión acerca de estas medidas a más tardar el 19 de diciembre de 2022, y posteriormente cada tres años.

Las competencias de la CNMC para intervenir resultan de lo dispuesto en la normativa sectorial y, de manera especial, en la LCNMC.

Conforme a lo dispuesto en el artículo 9 de la LCNMC prevé como función de esta Comisión *“Elaborar y publicar un informe cada tres años sobre las medidas de alfabetización mediática adoptadas por los prestadores del servicio de comunicación audiovisual de ámbito estatal y los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, de conformidad a lo previsto en el artículo 10.5 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.”*

Adicionalmente, el 21 de febrero de 2023, la Comisión Europea publicó la [Comunicación C/2023/1105](#) con directrices sobre al alcance de los informes de los Estados miembros relativas a las medidas puestas en marcha para la promoción y desarrollo de la alfabetización mediática³ (en adelante, la Comunicación) sobre qué aspectos abordar en dicho informe. Este informe se ha elaborado siguiendo las directrices de la Comunicación de la Comisión Europea⁴.

³ [Guidelines pursuant to Article 33a\(3\) of the Audiovisual Media Services Directive on the scope of Member States' reports concerning measures for the promotion and development of media literacy skills.](#)

⁴ Se sigue la clasificación establecida en las Directrices por tipo de medida de alfabetización mediática.

1.2. Medidas de alfabetización mediática recopiladas

Para la elaboración de este informe, en primer lugar, se ha solicitado información a diferentes Administraciones públicas de ámbito estatal, como el Ministerio de Transformación Digital y Función Pública, el Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes y el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. En este apartado también se incluye el Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE) y la entidad pública Redes dependientes del Ministerio de Transformación Digital y Función Pública.

En segundo lugar, en el ámbito autonómico, se ha enviado la solicitud de información a los tres reguladores audiovisuales autonómicos independientes (CAA, CAC y CACV) y al resto de autoridades de regulación audiovisual de ámbito autonómico. Estos organismos han sido los encargados de recopilar las medidas de alfabetización mediática que escapan de las competencias de la CNMC y que consiste en las medidas desplegadas en el ámbito autonómico, el alcance legislativo y organizativo de la alfabetización mediática, las medidas que pudieran haberse desplegado a nivel educativo, la financiación a los proyectos de alfabetización mediática y aquellas medidas desarrolladas por las entidades sin ánimo de lucro en sus territorios. Además, las autoridades autonómicas también han sido las encargadas de recabar la información de los prestadores de servicios audiovisuales de ámbito autonómico y local. Algunas comunidades han optado por replicar el modelo de la CNMC y han sido los propios agentes de su ámbito competencial los que directamente han reportado la información a esta Comisión.

En tercer lugar, se han realizado solicitudes de información a diferentes organizaciones sin ánimo de lucro con alcance nacional, siendo las más destacadas en el panorama español.

En cuarto lugar, se ha solicitado información a las plataformas de intercambio de vídeo radicadas en España. También se ha invitado a participar en este informe a plataformas de intercambio de vídeo cuya razón social está fuera de España y dirigen sus servicios a nuestro país, pese a no estar obligadas a reportar esta información al regulador español.

En quinto lugar, se ha enviado la solicitud de información a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual a nivel estatal.

Y finalmente, la petición se ha dirigido a los Usuarios de Especial Relevancia y a los influencers. En el primer caso, derivado del artículo 94 de la LGCA, este colectivo debe poner en marcha también medidas de alfabetización mediática,

algo que no concurre para los influencers, aunque también han sido invitados a participar en este informe.

En los siguientes cuadros se detalla todas las entidades a las que se ha formulado solicitud de información, y que suman un total de 1.476 agentes requeridos.

Administraciones públicas
Ministerio de Transformación Digital y Función Pública
Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes
Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades

Autoridades de regulación audiovisual de ámbito autonómico
Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA)
Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)
Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana (CACV)
Organismos competentes de regulación audiovisual de ámbito autonómico
Aragón
Principado de Asturias
Illes Balears
Canarias
Cantabria
Castilla y León
Castilla-La Mancha
Extremadura
Galicia
Comunidad de Madrid
Región de Murcia
Comunidad Foral de Navarra
País Vasco
La Rioja
Ciudad Autónoma de Ceuta
Ciudad Autónoma de Melilla

Otros organismos

INCIBE, Instituto Nacional de Ciberseguridad

Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI)-
Red.es

Organizaciones sin ánimo de lucro

ALFA-MEDIA, Asociación para la promoción y el desarrollo
de la alfabetización mediática

AUC, Asociación de Usuarios de la Comunicación

FAPE, Federación de Asociación de Periodistas de España

ICMEDIA, Federación de Asociaciones para la calidad de los
medios

Fundación Cibervoluntarios

Fundación FAD Juventud

Fundación Luca de Tena

Fundación Maldita.es contra la desinformación: periodismo,
educación, investigación y datos de nuevos formatos

OCTA, Observatorio de Contenidos Televisivos y
Audiovisuales

UTECA, Unión de Televisiones Comerciales

Clabe, Club Abierto de Editores

Prestadores de servicios de comunicación audiovisual

13TV, S.A.

ABS-CBN SPAIN, S.L.U.

Adamo Telecom Iberia SAU

AL AKHBAR TV MAROC SL

AMC Networks International Broadcasting Limited

AMC NETWORKS INTERNATIONAL CHANNEL LTD

Angel Christian Television Trust Inc

ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE
COMUNICACIÓN, S.A.

BLUE ANT TV (UK) LIMITED

BRENROSE SPAIN S.L.

BUSINESS VIDENS, S.L.

CANAL COSMOPOLITAN IBERIA, S.L.U.

CANALESTERRA-MEDIA, SL
CBS AMC Networks EMEA Channels Partnership
CINETEL MULTIMEDIA SL
COMUNIDAD FILMIN, S.L.
CON UN PACK DE PELÍCULAS S.L.
CONECTA 5 TELECINCO. S.A.U
Corporación de Radio y Televisión Española S.A.
CREATIVE CHANNELS, SERVICIO INTERNACIONAL DE TELEVISION, SL.
DAYSTAR TELEVISION NETWORK, S.L.
DAZN SPAIN S.L.
DIGI SPAIN TELECOM SLU
DIGITAL CORNUCOPIA SL
DOS AMIGOS FILMS SL
FABRICANTES STUDIO SL
FAMILY WORSHIP CENTER CHURCH, INC.
FARNESIO VENTURES, S.L.
FILMBOX IBERIA, S.L.U
FUNDACIÓN BANCARIA CAIXA D'ESTALVIS I PENSIONS DE BARCELONA, "LA CAIXA"
GESTIÓN DE CONTENIDOS VIRTUALES SL
GLOBAL MEDIA TV S.L.
Gookapi, Sociedad Limitada
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, SAU
IMC TOYS, S.A.
INSPIRATION NETWORK INTERNATIONAL SPAIN, S.L.
Investigación y Desarrollo de Ideas y Proyectos S.L.
LALIGA GROUP INTERNATIONAL SL
LIGA NACIONAL DE FÚTBOL PROFESIONAL
Lomatena Investment S.L.
LOVE TV CHANNELS, S.L.U.
MEDIA SOLUTIONS PARTNERS SL
MEDIAPRODUCCION, S.L.U.
MEDIAWORLD TELEVISION S.L.
MEDIOS AUDIOVISUALES MAS MEDIA, S.L.
MELANCOLIC FILMS SL
MULTICANAL IBERIA, S.L.U.
NAFT MEDIA, S.L.
NBC UNIVERSAL GLOBAL NETWORKS ESPAÑA SLU

NEW WEBMASTER SL
OCIOVISION TELEVISION, SL
RADIO BLANCA,S.A.
RAKUTEN TV EUROPE, S.L.U.
REAL MADRID CLUB DE FÚTBOL
REVELATION TV EUROPE SL
SKY NEWS ARABIA FZ LLC
SONY PICTURES ENTERTAINMENT IBERIA, S.L.U.
SQUIRREL GLOBAL MEDIA S.L.
Surf Channel, SL
TELEFÓNICA AUDIOVISUAL DIGITAL, S.L.U.
TEN MEDIA, S.L.
THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA, S.L.U.
TOROFLIX SOCIEDAD LIMITADA
TRES AMIGOS FILMS S.L.
TV GROUP DIGITAL IBERIA SL
TV UP Streaming Media, S.L.
VEO TELEVISIÓN, S.A.
VERSATIL MEDIA, S.L.
VIACOM INTERNATIONAL MEDIA NETWORKS ESPAÑA, S.L.U.
VODAFONE ONO, S.A.U.

Plataformas de intercambio de vídeo (España)

Burweb SL
CentroWebs S.C.
Investigación y Desarrollo de Ideas y Proyectos S.L.
Promociones web 2016 SL
Techpump Solutions SL
Topseowebs SLU

Plataformas de intercambio de vídeo (no España)

YouTube
TikTok
Twitch
Instagram

Plataformas de vídeo bajo demanda (no España)

Netflix International B.V. (Ámsterdam) / Netflix Servicios de Transmisión España, S.L.
HBO - Discovery Communications Benelux B.V. (Ámsterdam)
Amazon Digital Spain S.L.U. /Amazon Prime Video
Disney +
SkyShowTime Spain

Influencers (incluidos UERs)

51 agentes registrados como Usuarios de Especial relevancia
1.305 influencers

Para recopilar toda la información presente en este informe se han enviado diferentes modelos solicitud para cada uno de los agentes. Este año, y como novedad, la CNMC ha desplegado una serie de formularios en línea disponibles en la Sede electrónica de la Comisión a través de los cuales los diferentes agentes debían reportar la información. Se han habilitado seis modelos de formulario, en función del tipo de medida:

1. Medidas legislativas
2. Medidas organizativas
3. Medidas de financiación
4. Medidas de alfabetización mediática (general)
5. Medidas de alfabetización mediática incluidas en el currículo educativo
6. Medidas de alfabetización mediática de prestadores, plataformas de intercambio de vídeo e influencers

Además, se ha elaborado una [guía de ayuda](#)⁵ para reportar la información y un [vídeo explicativo](#) para que la tarea de reporte fuera más sencilla y cercana a la diversidad de agentes.

La información solicitada se refiere a las medidas e iniciativas desplegadas en España entre el 1 de noviembre de 2022 y el 31 de octubre de 2025, siguiendo la recomendación de la Comisión Europea.

1.3. Aportaciones recibidas

El periodo para reportar medidas e iniciativas de alfabetización mediática estuvo abierto entre el 30 de septiembre y el 31 de octubre de 2025 a través de la Sede electrónica de la CNMC. La información solicitada se refirió a las medidas e iniciativas desplegadas en España entre el 1 de noviembre de 2022 y el 31 de octubre de 2025, siguiendo las orientaciones de la Comisión Europea.

En este periodo se ha recibido la respuesta de 76 agentes además de la contribución de 70 UERS e influencers:

Administraciones públicas	Número de medidas
Ministerio de Transformación Digital y Función Pública	3
Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes	7

Autoridades de regulación audiovisual de ámbito autonómico	Número de medidas
Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA)	13
Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)	5
Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana (CACV)	18
Organismos competentes de regulación audiovisual de ámbito autonómico	Número de medidas
Aragón	4

⁵ Durante el periodo de reporte de medidas e iniciativas de alfabetización mediática la CNMC tuvo operativo un espacio en su página web con información práctica sobre cómo reportar la información. Se incluía una guía con preguntas frecuentes, un vídeo explicativo y unos modelos en Word de la información que más adelante se pedía en los formularios de la Sede electrónica de la CNMC. <https://www.cnmc.es/audiovisual/guia-para-reportar-medidas-alfabetizacion-mediatica-2023-2025>

Principado de Asturias	16
Castilla y León	1
Castilla-La Mancha	19
Extremadura	13
Galicia	16
Comunidad de Madrid	13
Región de Murcia	2
Comunidad Foral de Navarra	4
País Vasco	18
La Rioja	5

Otros organismos	Número de medidas
INCIBE, Instituto Nacional de Ciberseguridad	1
Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI)-Red.es	7

Organizaciones sin ánimo de lucro	Número de medidas
ALFA-MEDIA, Asociación para la promoción y el desarrollo de la alfabetización mediática	1
AUC, Asociación de Usuarios de la Comunicación	20
ICMEDIA, Federación de Asociaciones para la calidad de los medios	1
Fundación Cibervoluntarios	4
Fundación Luca de Tena	1
Fundación Maldita.es contra la desinformación: periodismo, educación, investigación y datos de nuevos formatos	39
UTECA, Unión de Televisores Comerciales	6
Asociación Cultura, Educación e Innovación Social – ACEIS	1
Cines Zoco Majadahonda	1
Associació cultural Modiban	1
Fundación Academia de Cine	1
Fundación de la Escuela de Cinematografía y del Audiovisual de la Comunidad de Madrid	1
Las Espigadoras	4
Barriometrías	2

Prestadores de servicios de comunicación audiovisual	Número de medidas
13TV, S.A.	8
ABS-CBN SPAIN, S.L.U.	1
Adamo Telecom Iberia SAU	Responde, pero no reporta medidas
AL AKHBAR TV MAROC SL	Responde, pero no reporta medidas
ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S.A.	9
BRENROSE SPAIN S.L.	1
BUSINESS VIDENS, S.L.	1
CANAL COSMOPOLITAN IBERIA, S.L.U.	2
CBS AMC Networks EMEA Channels Partnership	Responde, pero no reporta medidas
CINETEL MULTIMEDIA SL	1
COMUNIDAD FILMIN, S.L.	2
Corporación de Radio y Televisión Española S.A.	67
DIGI SPAIN TELECOM SLU	Responde, pero no reporta medidas
FILMBOX IBERIA, S.L.U	Responde, pero no reporta medidas
FUNDACIÓN BANCARIA CAIXA D'ESTALVIS I PENSIONS DE BARCELONA, "LA CAIXA"	2
GESTIÓN DE CONTENIDOS VIRTUALES SL	5
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, SAU	23
LALIGA GROUP INTERNATIONAL SL	1
LIBERTAD DIGITAL, S.A.	1
LIGA NACIONAL DE FÚTBOL PROFESIONAL	1
MULTICANAL IBERIA, S.L.U.	11
NBC UNIVERSAL GLOBAL NETWORKS ESPAÑA SLU	6
RAKUTEN TV EUROPE, S.L.U.	8
REAL MADRID CLUB DE FÚTBOL	9
SKY NEWS ARABIA FZ LLC	Responde, pero no reporta medidas
SONY PICTURES ENTERTAINMENT IBERIA, S.L.U.	2
SQUIRREL GLOBAL MEDIA S.L.	2
TELEFÓNICA AUDIOVISUAL DIGITAL, S.L.U.	13
THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA, S.L.U.	7
TRES AMIGOS FILMS S.L.	1
TV UP Streaming Media, S.L.	1
VEO TELEVISIÓN, S.A.	6
VIACOM INTERNATIONAL MEDIA NETWORKS ESPAÑA, S.L.U.	13
VODAFONE ONO, S.A.U.	11

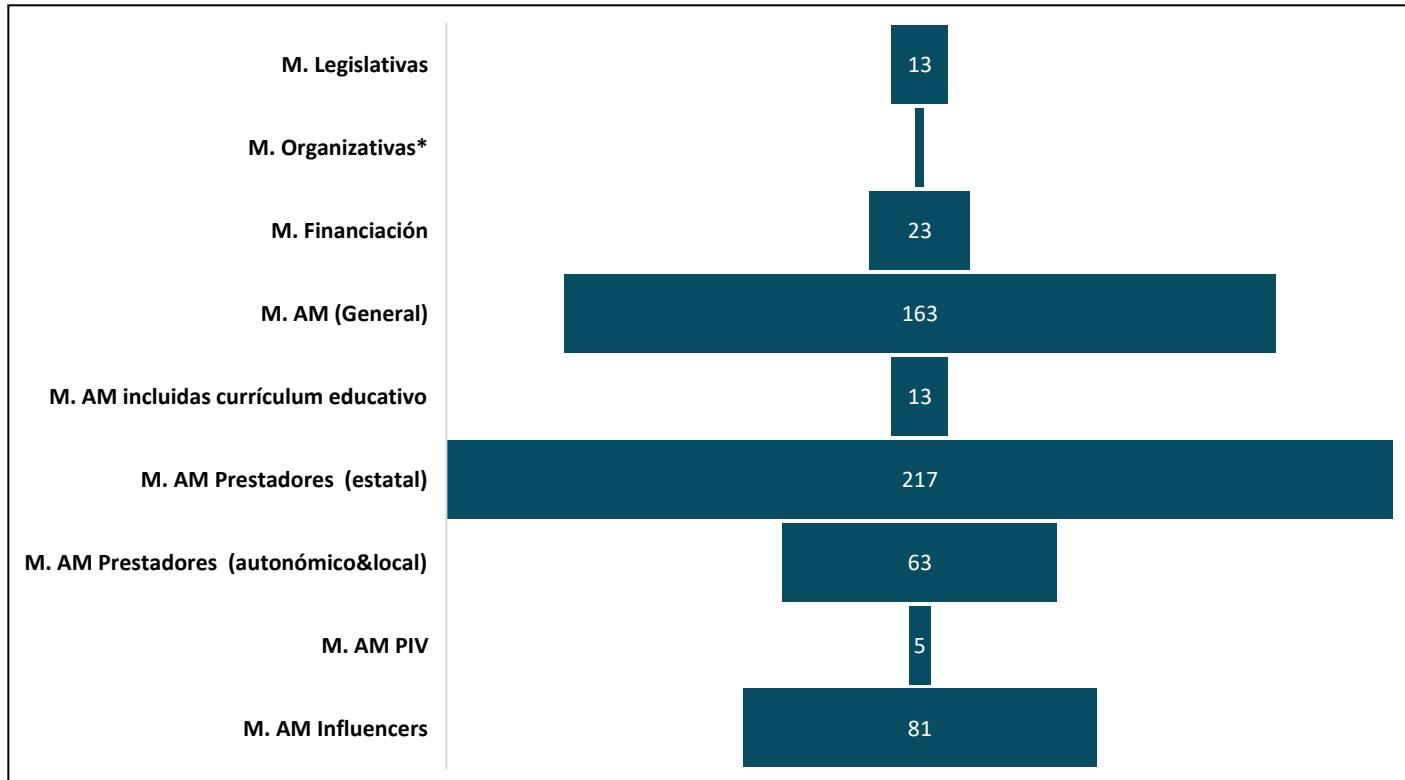
Plataformas de intercambio de vídeo (España)	Número de medidas
CentroWebs S.C.	1
Investigación y Desarrollo de Ideas y Proyectos S.L.	1
Techpump Solutions SL	3

Plataformas de vídeo bajo demanda (no España)	Número de medidas
Netflix International B.V. (Ámsterdam) / Netflix Servicios de Transmisión España, S.L.	Responde, pero no reporta medidas en España.
HBO - Discovery Communications Benelux B.V. (Ámsterdam)	Responde, pero no reporta medidas en España.

Otros organismos, entidades o empresas	Número de medidas
ACEIS – Asociación Cultura, Educación e Innovación Social	1
Agencia Digital Andalucía	9
Agencia Pública Empresarial RTVA y su Sociedad Filial, Canal Sur Radio y Televisión	9
Associació Cultural Modiband	1
Barriometrajes	2
Cines Zoco – Majadahonda	1
Criterio MIL – Mariaje González Flor	1
Egeda – Platino Educa	1
Fundación Academia de Cine	1
Fundación de la Escuela de Cinematografía y del Audiovisual de la Comunidad de Madrid – ECAM	1
Las Espigadoras	4
Universidad de Cádiz	8
Universidad de Málaga	3

Influencers (incluidos UER)	Agentes que han respondido	Agentes que reportan medidas	Número de medidas
Agentes registrados como UER	27	19	30
Influencers	43	31	51

Entre todas las contribuciones se han recopilado **580 medidas e iniciativas de alfabetización mediática**, donde se incluyen aspectos legislativos,



El presente informe recoge las contribuciones recibidas tal y como los agentes han descrito sus actuaciones llevadas a cabo o previstas. Por tanto, en esta recopilación pueden encontrarse actuaciones que no se ajustan a la definición de alfabetización mediática, pero no se han querido omitir por ser declaradas así por los diferentes agentes.

2. MEDIDAS LEGISLATIVAS

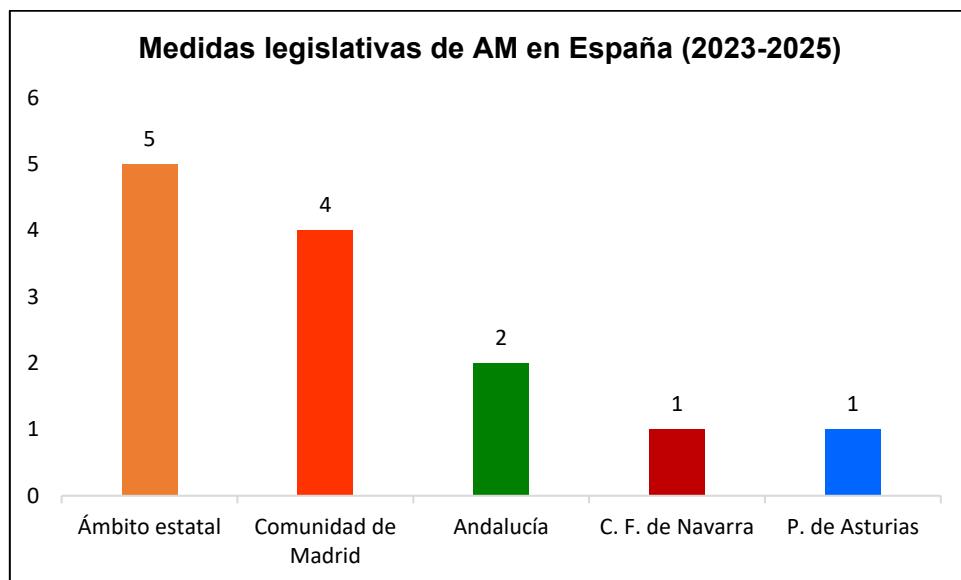
En este periodo los diferentes agentes reportaron un total de **13 medidas legislativas**. De todas ellas, cerca de la mitad (5) fueron impulsadas a nivel estatal por el Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes. El resto de las normativas aprobadas o puestas en marcha (8) fueron impulsadas

⁶ Nota: el total de Medidas organizativas recibidas fue de 2.

por las Comunidades Autónomas: Comunidad de Madrid (4), Junta de Andalucía (2), Gobierno de Navarra (1) y Principado de Asturias (1).

De todas las medidas recogidas en este apartado, hay dos normativas que implican obligaciones a servicios de comunicación audiovisual y que aplican a dos territorios del conjunto del Estado: Comunidad de Madrid y Principado de Asturias. El resto de las normativas recopiladas se refieren a obligaciones de incluir la alfabetización mediática en el ámbito educativo o la inclusión de ésta al conjunto de la sociedad como es el caso de Andalucía.

En cuanto al ritmo legislativo en este periodo, se aprecia un aumento considerable de la inclusión de la alfabetización mediática en la normativa: en el anterior periodo solo se registraron 3 normativas, mientras que en este fueron 13.



ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	NOMBRE NORMATIVA APROBADA	TIPO MEDIDA LEGISLATIVA	HORIZONTE TEMPORAL	BREVE DESCRIPCIÓN	DESTINATARIOS	ÁMBITO GEOGRÁFICO	COLABORACIÓN	RESULTADOS OBTENIDOS	ENLACE NORMATIVA	OTROS ENLACES
Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes	Real Decreto 95/2022, de 1 de febrero, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas mínimas de la Educación Infantil	Obligatoria	Desde 11/2022, En el futuro	La información referente a esta medida tiene por objeto constatar que continúa en vigor la normativa a la que se hace referencia, que figuraba ya en el informe de 2022, en los siguientes apartados se reproduce lo ya indicado en dicho informe. Objetivo: • Desarrollar competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. • Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. • Acceder y analizar críticamente la información. • Discernir entre hechos y opiniones. • Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación. • Crear y difundir contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro."	Alumnado, profesorado y centros educativos de Educación Infantil, Educación Primaria, Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato, así como comunidad educativa en general.	Estatal	La reforma, tanto en el diseño como en su ejecución se ha realizado consultando a las Administraciones Educativas de las Comunidades Autónomas, a los representantes de la Comunidad Educativa en los órganos consultivos y a personas expertas.	La implantación de los currículos cuyas enseñanzas mínimas se regulan en estas normas ha concluido el curso 2023-2024, por lo que aún no se dispone de datos para valorar los resultados	Enlace normativa	Enlace 1
Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes	Real Decreto 157/2022, de 1 de marzo, por el que se establecen la ordenación y las enseñanzas mínimas de la Educación Primaria.	Obligatoria	Desde 11/2022, En el futuro	La información referente a esta medida tiene por objeto constatar que continúa en vigor la normativa a la que se hace referencia, que figuraba ya en el informe de 2022, en los siguientes apartados se reproduce lo ya indicado en dicho informe. Objetivo: • Desarrollar competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. • Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. • Acceder y analizar críticamente la información. • Discernir entre hechos y opiniones. • Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación. • Crear y difundir contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro."	Alumnado, profesorado y centros educativos de Educación Infantil, Educación Primaria, Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato, así como comunidad educativa en general.	Estatal	La reforma, tanto en el diseño como en su ejecución se ha realizado consultando a las Administraciones Educativas de las Comunidades Autónomas, a los representantes de la Comunidad Educativa en los órganos consultivos y a personas expertas.	La implantación de los currículos cuyas enseñanzas mínimas se regulan en estas normas ha concluido el curso 2023-2024, por lo que aún no se dispone de datos para valorar los resultados	Enlace normativa	Enlace 1
Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes	Real Decreto 217/2022, de 29 de marzo, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas mínimas de la Educación Secundaria Obligatoria	Obligatoria	Desde 11/2022, En el futuro	La información referente a esta medida tiene por objeto constatar que continúa en vigor la normativa a la que se hace referencia, que figuraba ya en el informe de 2022, en los siguientes apartados se reproduce lo ya indicado en dicho informe. Objetivo: • Desarrollar competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. • Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. • Acceder y analizar críticamente la información. • Discernir entre hechos y opiniones. • Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación. • Crear y difundir contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro."	Alumnado, profesorado y centros educativos de Educación Infantil, Educación Primaria, Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato, así como comunidad educativa en general.	Estatal	La reforma, tanto en el diseño como en su ejecución se ha realizado consultando a las Administraciones Educativas de las Comunidades Autónomas, a los representantes de la Comunidad Educativa en los órganos consultivos y a personas expertas.	La implantación de los currículos cuyas enseñanzas mínimas se regulan en estas normas ha concluido el curso 2023-2024, por lo que aún no se dispone de datos para valorar los resultados	Enlace normativa	Enlace 1
Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes	Real Decreto 243/2022, de 5 de abril, por el que se establecen la ordenación y las enseñanzas mínimas del Bachillerato	Obligatoria	Desde 11/2022, En el futuro	La información referente a esta medida tiene por objeto constatar que continúa en vigor la normativa a la que se hace referencia, que figuraba ya en el informe de 2022, en los siguientes apartados se reproduce lo ya indicado en dicho informe. Objetivo: • Desarrollar competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. • Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. • Acceder y analizar críticamente la información. • Discernir entre hechos y opiniones. • Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación. • Crear y difundir contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro."	Alumnado, profesorado y centros educativos de Educación Infantil, Educación Primaria, Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato, así como comunidad educativa en general.	Estatal	La reforma, tanto en el diseño como en su ejecución se ha realizado consultando a las Administraciones Educativas de las Comunidades Autónomas, a los representantes de la Comunidad Educativa en los órganos consultivos y a personas expertas.	La implantación de los currículos cuyas enseñanzas mínimas se regulan en estas normas ha concluido el curso 2023-2024, por lo que aún no se dispone de datos para valorar los resultados	Enlace normativa	Enlace 1
Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes	Orden por la que se regula el procedimiento para la acreditación de la competencia digital docente, en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes.	Voluntaria	Desde 11/2022	Desarrollar competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica	Profesorado de enseñanzas no universitarias en los territorios de Ceuta y Melilla, al de destino en el exterior y al que preste servicio en la Administración General del Estado.	Estatal	Desarrollo de la normativa por parte del MEFPD de igual manera que todas las CCAA han de publicar la suya, partiendo de un acuerdo común sobre acreditación.	La publicación de la Orden y de la normativa autonómica correspondiente ha permitido acreditar la competencia digital docente a más de 560.000 profesores a octubre de 2025.	Enlace normativa	Enlace 1
Agencia Digital de Andalucía. Junta de Andalucía.	Plan de Capacitación Digital de Andalucía 2022-2025	Voluntaria	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025, En el futuro	El Plan tiene como misión contribuir a que la sociedad andaluza adquiera los conocimientos, habilidades y competencias digitales necesarias para que pueda desenvolverse con normalidad en el mundo digital y esté preparada y capacitada para afrontar los retos tecnológicos presentes y futuros.	A la sociedad andaluza en su conjunto	Andalucía		1.809 acciones formativas diseñadas y 17.115 acciones formativas celebradas 174.148 contenidos formativos visualizados y/o descargados. 800.492 personas han completado con éxito una acción formativa 1.649.932 ciudadanos, profesionales TIC, sanitarios, docentes y otros han participado en él.	Enlace normativa	

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	NOMBRE NORMATIVA APROBADA	TIPO MEDIDA LEGISLATIVA	HORIZONTE TEMPORAL	BREVE DESCRIPCIÓN	DESTINATARIOS	ÁMBITO GEOGRÁFICO	COLABORACIÓN	RESULTADOS OBTENIDOS	ENLACE NORMATIVA	OTROS ENLACES
Agencia Digital de Andalucía. Junta de Andalucía.	Estrategia Andaluza de Ciberseguridad 22-25	Obligatoria	Hasta 10/2025, En el futuro	Esta estrategia define 8 objetivos para hacer frente a los retos identificados anteriormente, teniendo en cuenta el conjunto de principios por los que se rige, orientados a la colaboración entre entidades, la cibercultura en la ciudadanía, la resiliencia ante incidentes y la digitalización segura	Administración, ciudadanía y empresas	Andalucía		Se incluye la información en las fichas de reporte medidas de alfabetización mediática	Enlace normativa	Enlace 1 , Enlace 2
Comunidad de Madrid	Ley 4/2023, de 22 de marzo, de derechos, garantías y protección integral de la infancia y la adolescencia de la Comunidad de Madrid.	Obligatoria	En el futuro, Hasta 10/2025	La norma establece un marco normativo para la protección, garantía y promoción de los derechos de niños, niñas y adolescentes en la Comunidad de Madrid. Entre los objetivos está asegurar que los menores no solo tengan acceso a las tecnologías digitales, sino que desarrollen competencia digital plena.	A tres grandes grupos: 1) menores de edad 2) Administraciones Públicas de la Comunidad de Madrid y 3) Familias, centros educativos y sociedad en general.	C. de Madrid	Reconoce el art. 13 expresamente que las entidades sociales, fundaciones, ONGs y empresas privadas pueden participar en la ejecución de políticas y programas de infancia y adolescencia, especialmente en los ámbitos de educación, formación y sensibilización.		Enlace normativa	
Comunidad de Madrid	Ley 16/2023, de 27 de diciembre, de medidas para la simplificación y mejora de la eficacia de instituciones y organismos de la Comunidad de Madrid.	Obligatoria	2024, En el futuro, Hasta 10/2025	Es una norma reforma administrativa cuyo propósito es modernizar, simplificar y hacer más eficiente el funcionamiento de diversos organismos e instituciones de la Comunidad de Madrid. Da a la RTVM la misión de educar a la ciudadanía en el uso crítico y responsable de los medios y entornos digitales.	A los órganos e instituciones públicas de la Comunidad de Madrid, aunque también tiene efectos indirectos sobre la ciudadanía.	C. de Madrid			Enlace normativa	Enlace 1 , Enlace 2 , Enlace 3
Comunidad de Madrid	Orden 190/2023, de 30 de enero, de la Vicepresidencia, Consejería de Educación y Universidades, por la que se desarrolla la organización y el currículo del programa de diversificación curricular de la Educación Secundaria Obligatoria en la Comunidad de Madrid.	Obligatoria	Hasta 10/2025, En el futuro	Desarrollar la organización y el currículo del programa de diversificación curricular en la Educación Secundaria Obligatoria de la Comunidad de Madrid.	Al alumnado de la etapa de Educación Secundaria Obligatoria (ESO) de la Comunidad de Madrid que, tras la evaluación correspondiente, precisa una organización del currículo diferente de la general, por presentar dificultades de aprendizaje relevantes o porque la permanencia un año más en el curso ordinario no aseguraría su progresión académica. La norma integra, en el ámbito Lingüístico y Social, un bloque con "alfabetización mediática e informacional"	C. de Madrid			Enlace normativa	
Comunidad de Madrid	Orden 4049/2024, de 8 de septiembre, de la Consejería de Educación, Ciencia y Universidades, por la que se establecen el currículo y determinados aspectos de la organización, el funcionamiento y la evaluación de la Educación Secundaria Obligatoria para personas adultas en la Comunidad de Madrid. Incluye resultados y contenidos específicos de "alfabetización mediática e informacional"	Obligatoria	En el futuro	Establece el currículo, así como determinados aspectos de la organización, el funcionamiento y la evaluación de la Educación Secundaria Obligatoria para personas adultas en la Comunidad de Madrid. Incluye resultados y contenidos específicos de "alfabetización mediática e informacional"	Se dirige a las enseñanzas de la ESO para personas adultas (mayores de dieciocho años) en la Comunidad de Madrid.	C. de Madrid			Enlace normativa	

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	NOMBRE NORMATIVA APROBADA	TIPO MEDIDA LEGISLATIVA	HORIZONTE TEMPORAL	BREVE DESCRIPCIÓN	DESTINATARIOS	ÁMBITO GEOGRÁFICO	COLABORACIÓN	RESULTADOS OBTENIDOS	ENLACE NORMATIVA	OTROS ENLACES
Gobierno de Navarra	Convenio de colaboración para la alfabetización mediática	Voluntaria	En el futuro	Convenio Dpto. Educación y Universidad de Navarra (IBERIFIER) para promover el consumo responsable de contenidos digitales entre el alumnado de Primaria y Secundaria. Convenio Dpto. Educación y NASERTIC para desarrollar un programa educativo que garantice una alfabetización tecnológica crítica.	Alumnado de Primaria y Secundaria de la Comunidad Foral de Navarra	C.F. de Navarra	IBERIFIER (Universidad de Navarra) NASERTIC / Navarra Cibersecurity Center	No hay resultados por el momento		Enlace 1 Enlace 2
Principado de Asturias	Mandato Marco de Radio Televisión del Principado de Asturias	Obligatoria	En el futuro, Hasta 10/2025	El mandato marco es el instrumento normativo previsto en el artículo 3 de la Ley del Principado de Asturias 8/2014, de 17 de julio, de Segunda Reestructuración del Sector Público Autonómico, por el que se concretan los objetivos generales, entre los que se encuentra la alfabetización mediática	A toda la sociedad asturiana y en particular al prestador público de servicios de comunicación audiovisual, RTPA	P. de Asturias	Administración del Principado de Asturias, Junta General del Principado de Asturias	No procede aún su evaluación	Enlace normativa	Enlace

3. MEDIDAS ORGANIZATIVAS

En cuanto a las medidas organizativas, en el periodo 2023-2025 solo se han registrado **dos nuevas iniciativas** en este sentido. La Comunicación de la Comisión insta a los Estados miembros a reportar aquellas medidas y disposiciones organizativas adoptadas para cumplir las obligaciones en materia de alfabetización mediática con arreglo a la Directiva.

Cabe recordar que la [Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia](#) (LCNMC), en su artículo 9.2 establece que esta Comisión deberá “elaborar y publicar un informe cada tres años sobre las medidas de alfabetización mediática adoptadas por los prestadores del servicio de comunicación audiovisual de ámbito estatal y los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, de conformidad con lo previsto en el artículo 10.5 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual”.

En este sentido, la [Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual](#) (LGCA), establece en su artículo 10.5 que “la autoridad audiovisual competente de ámbito estatal elaborará un informe cada tres años sobre las medidas impulsadas y su eficacia”.

Por su parte, el artículo 153 señala que la autoridad audiovisual competente en materia de audiovisual en España son el Ministerio de Transformación Digital y Función Pública y la CNMC. Respecto a las funciones otorgadas a esta Comisión son las obligaciones de control y supervisión previstas en la LGCA y conforme a lo establecido en los artículos 9 y 12 de la LCNMC.

En el plano autonómico, se recogen las siguientes disposiciones autonómicas en términos organizativos respecto a lo reportado por las diferentes comunidades autónomas. En este sentido solo se ha recibido la contribución de la Comunidad Foral de Navarra y de la Comunitat Valenciana.

Si comparamos con el informe anterior, entre 2020-2022 se informó de 8 medidas organizativas, mientras que en este periodo se contabilizaron 2.

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	NOMBRE MEDIDA	NORMATIVA	HORIZONTE TEMPORAL	BREVE DESCRIPCIÓN	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	COLABORACIÓN	TAREAS	ESTRUCTURA	ENLACE NORMATIVA	ENLACES WEB
Gobierno de Navarra	Plan de Inclusión y Capacitación Digital (2021-2025)	No existe	Hasta 10/2025	Plan del Gobierno de Navarra para reducir la brecha digital en la CFN, de manera que se garantice que cualquier persona pueda conocer, acceder, utilizar y alcanzar un mayor nivel en cuanto a conocimientos y/o habilidades en el uso de Internet, entre las que se incluye la alfabetización mediática.	Al conjunto de la ciudadanía navarra, poniendo especial atención a colectivos que se encuentran en situación vulnerable de exclusión digital.	C.F. de Navarra	Colaboración entre unidades internas de Gobierno de Navarra.	Describir acciones que se realizan en materia de capacitación e inclusión digital, e identificar aquellos colectivos que no se llegan a atender, así como identificar nuevas acciones relacionadas con las competencias digitales.	Coordinación del PICD por parte de la Dirección General de Telecomunicaciones y Digitalización del Gobierno de Navarra. Participación en otras unidades del Gobierno de Navarra (17 unidades). Sesiones trimestrales de seguimiento indicadores.	Enlace	Enlace
Conselleria de Educació, Cultura, Universitats i Ocupació. Generalitat de la Comunitat Valenciana.	DECRETO 77/2025, de 27 de mayo, del Consell, por el que se establecen el currículo, la ordenación y la evaluación de la educación básica de las personas adultas, y se regula la prueba para que las personas mayores de dieciocho años puedan obtener directamente el título de Graduado en Educación Secundaria Obligatoria en la Comunitat Valenciana.	DECRETO del Consell, de la Comunitat Valenciana	Hasta 10/2025	Determinar el currículo, ordenación y evaluación de la educación básica de las personas adultas. ANEXO I: Área Comunicativa/apartado 4/bloque A, sub. A.1. se ocupa de la Alfabetización mediática e informacional. Se establecen estrategias de búsqueda y selección de información fiable.	Personas adultas	C. Valenciana		Se trata de un Decreto que establece el currículo, la ordenación y la evaluación de la educación básica de las personas adultas.	Se trata de un decreto.	Enlace	

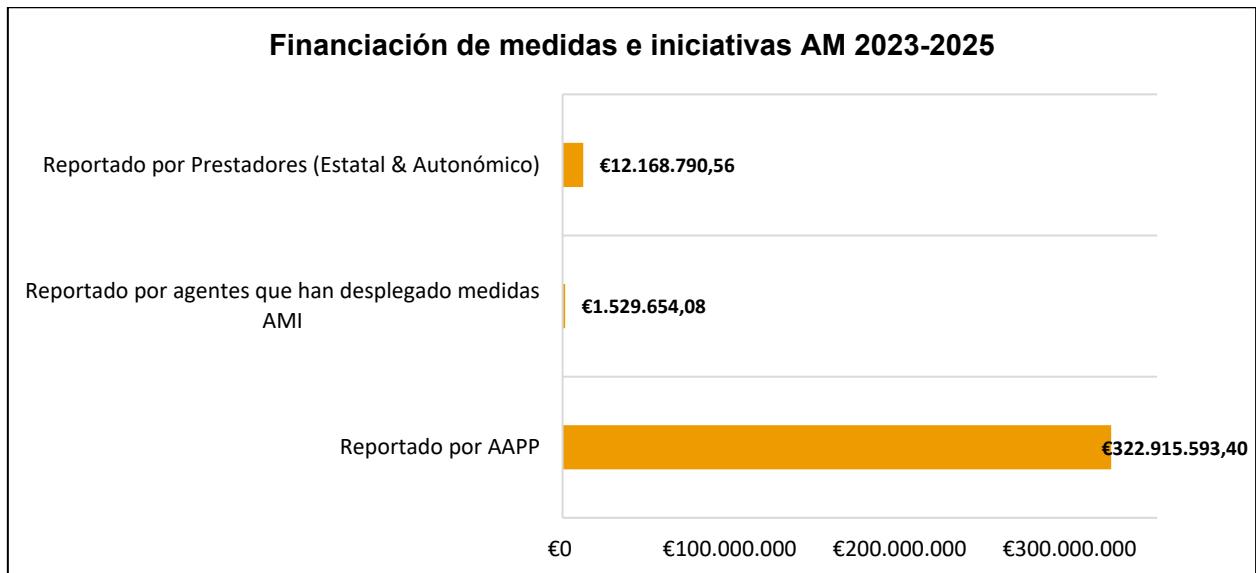
4. MEDIDAS DE FINANCIACIÓN

Entre 2023 y 2025 se recopilaron **23 medidas** de financiación de alfabetización mediática por parte de organismos públicos. La cuantía total presupuestada en este periodo ascendió a 329.492.816,49 €, según la información reportada. Este total corresponde a financiación pública a medidas e iniciativas de alfabetización mediática por parte de Administraciones públicas.

En cuanto a la cantidad efectivamente asignada, al haber partidas que aún no han sido cerradas el monto provisional alcanzó los **322.915.593,40 €** entre el 1 de noviembre de 2022 y el 31 de octubre de 2025.

Además, en el ejercicio de recopilación de medidas e iniciativas de alfabetización mediática también se requirió a los agentes que informaran si esas medidas habían recibido financiación⁷, en ese caso el monto alcanzó **1.529.654,08 €** en el apartado de medidas de alfabetización mediática general y de **12.168.790,56 €** en el apartado dedicado a prestadores de servicios de comunicación audiovisual, entre ellos un buen número de medios de titularidad pública. La suma total, según lo reportado, ascendió en este periodo a **336.614.038,04 €**.

⁷ Estas cantidades se pueden consultar en los apartados **5. Medidas de alfabetización mediática (general)**, **6. Medidas de alfabetización mediática incluidas en el currículum educativo** y **7. Medidas de alfabetización mediática de prestadores, plataformas e influencers**.



AAPP IMPULSORA	NOMBRE AYUDA PÚBLICA	HORIZONTE TEMPORAL	CUANTÍA PRESUPUESTADA	CUANTÍA ASIGNADA	NÚMERO BENEFICIARIOS	PROCEDENCIA FONDOS	OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	PÚBLICO OBJETIVO	RESULTADOS OBTENIDOS	VALORACIÓN AYUDA	ENLACES WEB
Comunidad de Madrid	Ayudas a entidades del tercer sector para la capacitación digital de la ciudadanía	2024, hasta 10/2025	6.249.000,00 €	5.860.000,00 €	20.000	Europeos	Ayudas para proyectos de formación para la capacitación digital de la ciudadanía que imparten entidades sin ánimo de lucro, organizaciones no gubernamentales (ONGs) y demás entidades del tercer sector. La cuantía de la subvención es de 108,30 euros/persona que efectivamente ha realizado la actividad	C. de Madrid	1, 2, 3, 4,	Personas formadas y capacitadas	Positiva	Enlace
Comunidad de Madrid	Ayudas a asociaciones y entidades deportivas para la capacitación digital de la ciudadanía	Hasta 10/2025	1.986.853,00 €	0	10.000	Europeos	Capacitación digital de los ciudadanos en el marco del Plan de Capacitación Digital de los ciudadanos y del componente 19 inversión 1 "Plan nacional de competencias digitales (digital skills)", con cargo al PRTR (incluye alfabetización mediática)	C. de Madrid	1, 2, 3, 4,	Pendiente de adjudicar	Pendiente de valorar	Enlace
Consejería de Ciencia, Industria y Empleo, Administración del Principado de Asturias	Subvenciones en régimen de concurrencia competitiva con destino a las entidades locales del Principado de Asturias para impulso de servicios de dinamización tecnológica	Hasta 10/2025	1.800.000,00 €	1.799.999,98 €	64 entidades locales del Principado de Asturias	Presupuestos Generales del Principado de Asturias	Promover la innovación, investigación y transformación digital en los municipios asturianos menores de 20.000 habitantes y facilitar el acceso de la ciudadanía a las tecnologías de la información y las comunicaciones.	P. de Asturias	1, 2, 3, 4, otro "Las beneficiarias de la subvención son entidades locales, la destinataria de las acciones formativas subvencionadas la ciudadanía en general.	Aún no ha concluido el periodo subvencionado. En evaluación.	Se considera un instrumento adecuado para la colaboración con las entidades locales menores en aras de lograr los objetivos de alfabetización digital y mediática en toda la población.	Enlace
Consejería de Ciencia, Industria y Empleo, Administración del Principado de Asturias	Convocatoria de subvenciones para el año 2023 destinadas a entidades locales del Principado de Asturias para la ejecución del programa "competencias digitales transversales en el marco de la inversión 1 del componente 19 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia financiado por la Unión Europea -Next Generation EU	2023, 2024	3.383.702,00 €	1.889.810,00 €	26 entidades locales	Estado, MMR UE	La finalidad de estas subvenciones es contribuir parcialmente al cumplimiento del objetivo cuantitativo de los CID #286 y 288 de la inversión C19.1 que implican haber comprometido al menos el 75% del presupuesto en el T4 de 2023 y la formación en competencias digitales.	P. de Asturias	1, 2, 3, 4, otro: "Las beneficiarias son entidades locales, los destinatarios de las actividades formativas la población en general".	En evaluación		Enlace
Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana (CACV)	Acuerdo de Cooperación entre el Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana y la Universitat Jaume I de Castelló (UJI) para la realización de actividades de la Cátedra de Análisis y Prospectiva del Audiovisual durante el ejercicio 2024	2024	1.200,00 €	1.200,00 €	1	Presupuesto CACV para ejercicio 2024	Congreso para debatir sobre retos y oportunidades en la era digital; fortalecer la comunicación local y en cómo los medios de proximidad pueden adaptarse a los desafíos de las plataformas digitales; presentar proyectos innovadores y estudios que reflejen la necesidad de una ciudadanía bien informada	C. Valenciana	1, 2, 3,	Organización del XVII Congreso ComLoc 2024 sobre alfabetización mediática local, con 4 conferencias, 3 mesas redondas y 16 comunicaciones de expertos de España y Latinoamérica. Celebrado los días 2, 3 y 4 de octubre en la Universitat Jaume I	El Congreso destaca la educación mediática y el pensamiento crítico para una ciudadanía activa. Aborda los retos de los medios locales en la era digital, reforzando el compromiso del CACV y la UJI con la pluralidad informativa y la diversidad cultural en un entorno audiovisual inclusivo	Enlace

AAPP IMPULSORA	NOMBRE AYUDA PÚBLICA	HORIZONTE TEMPORAL	CUANTÍA PRESUPUESTADA	CUANTÍA ASIGNADA	NÚMERO BENEFICIARIOS	PROCEDENCIA FONDOS	OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	PÚBLICO OBJETIVO	RESULTADOS OBTENIDOS	VALORACIÓN AYUDA	ENLACES WEB
Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana (CACV)	Acuerdo de Cooperación entre el Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana y la Universitat Jaume I de Castelló (UJI) para la realización de actividades de la Cátedra de Análisis y Prospectiva del Audiovisual durante el ejercicio 2024 y durante el ejercicio 2025	2024, hasta 10/2025	3.220,06+3.150,00 = 6.370,06 €	3.220,06 + 3.150,00 = 6.370,06 €	1	Presupuesto CACV para ejercicio 2024 y del 2025	Subvencionar a la UJI para realizar, en el marco de la Cátedra de Análisis y Prospectiva del Audiovisual, actividades que desarrollen habilidades clave para acceder, comprender, analizar y comunicar información y mensajes mediáticos, fomentando una ciudadanía crítica y formada.	Estatal, C. Valenciana	1, 2, 3, 4,	Producción de vídeos de la Cuarta Temporada "Publicidad y educación mediática" de la Serie "Educación Mediática para una Ciudadanía Crítica". 2024: Redacción de guiones, grabación de secuencias, la planificación fase postproducción 2025: la fase de postproducción se completará en diciembre de 2025	Son vídeos con un mensaje transversal, es decir al servicio de los diferentes segmentos de edad, además, el enfoque en jóvenes y colectivos vulnerables refuerza el valor social de la iniciativa, alineándose con los principios de inclusión, tolerancia y respeto que promueve la educación mediática.	
Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana (CACV)	Acuerdo de Cooperación entre el Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana y la Universitat Jaume I de Castelló (UJI) para la realización de actividades de la Cátedra de Análisis y Prospectiva del Audiovisual durante el ejercicio 2025	Hasta 10/2025	0,00 €	0,00 €	1	No proviene del presupuesto del CACV. A cargo otro proyecto educativo.	Conocer el enfoque de las instituciones belgas y francesas frente al desafío de la alfabetización mediática en el ecosistema educativo y de los medios de comunicación.	1, 2, 3,		Jornada científica internacional: "Alfabetización mediática contra la desinformación en el entorno francófono". 5 de junio de 2025 en el Aula Magna de la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales de la UJI, en formato híbrido (presencial y online)	Aunque no se financia con fondos del Presupuesto del CACV, sí se organiza en el seno de la Cátedra de Análisis y Prospectiva del Audiovisual, se rellena esta plantilla para que se tenga constancia de esta Jornada Científica Internacional que representa una iniciativa de gran valor académico y social	Enlace 1 , Enlace 2
Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana (CACV)	Acuerdo de Cooperación entre el Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana y la Universitat Jaume I de Castelló (UJI) para la realización de actividades de la Cátedra de Análisis y Prospectiva del Audiovisual durante el ejercicio 2024 y durante el ejercicio 2025	2024, hasta 10/2025	2.620,06 + 3.150,00 = 5.770,06 €	2.620,06 + 3.150,00 = 5.770,06 €	1	Presupuesto CACV para el ejercicio 2024 y del 2025	Subvencionar a la UJI para realizar actividades, en el marco de la Cátedra de Análisis y Prospectiva del Audiovisual, que desarrollen habilidades para acceder, asimilar, analizar y comunicar información y mensajes mediáticos.	Estatal, C. Valenciana	1, 2, 3, 4,	Inicio de la producción de 7 vídeos de la Tercera Temporada "Periodismo y educación mediática" de la Serie "Educación Mediática para una Ciudadanía Crítica". 2024: redacción de guiones y grabación de secuencias y planificación de la fase de postproducción. 2025: ejecución fase postproducción.	Son vídeos con un mensaje transversal, es decir al servicio de los diferentes segmentos de edad, además, el enfoque en jóvenes y colectivos vulnerables refuerza el valor social de la iniciativa, alineándose con los principios de inclusión, tolerancia y respeto que promueve la educación mediática	
Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana (CACV)	Acuerdo de Cooperación entre el Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana y la Universitat Jaume I de Castelló (UJI) para la realización de actividades de la Cátedra de Análisis y Prospectiva del Audiovisual durante el ejercicio 2024	2024	2.437,82 €	2.437,82 €	1	Presupuesto CACV para el ejercicio 2024	Subvencionar a la UJI para realizar actividades, en el marco de la Cátedra de Análisis y Prospectiva del Audiovisual, que desarrollen habilidades para acceder, asimilar, analizar y comunicar información y mensajes mediáticos.	Estatal, C. Valenciana	1, 2, 3, 4,	Producción de 7 vídeos de la Segunda Temporada titulada "El análisis de las imágenes" de la Serie "Educación Mediática para una Ciudadanía Crítica".	Vídeos con mensaje transversal para todas las edades, con especial atención a jóvenes y colectivos vulnerables, reforzando su valor social y alineándose con los principios de inclusión, tolerancia y respeto que impulsa la educación mediática.	Enlace 1 , Enlace 2 , Enlace 3 , Enlace 4 , Enlace 5 , Enlace 6 , Enlace 7
Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana (CACV)	Acuerdo de Cooperación entre el Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana y la Universitat Jaume I de Castelló (UJI) para la realización de actividades de la Cátedra de Análisis y Prospectiva del Audiovisual durante el ejercicio 2024	2024	1.060,02 €	1.060,02 €	1	Presupuesto CACV para el ejercicio 2024	Sensibilizar al profesorado de educación secundaria sobre el uso responsable de redes sociales y dispositivos digitales, especialmente en entornos educativos	C. Valenciana	1, 2,	Curso de formación de profesores online "Desinformación, Publicidad y educación mediática", organizado a través del CEFIRE de Castellón de la Conselleria de Educación, Cultura, Universidades y Empleo de la Generalitat Valenciana, impartido entre el 24 de septiembre y el 4 de noviembre de 2024	Gracias a cursos como este se desarrollan una serie de acciones para generar criterios pedagógicos sobre las sociedades alfabetizadas, que potencian las capacidades del profesorado.	

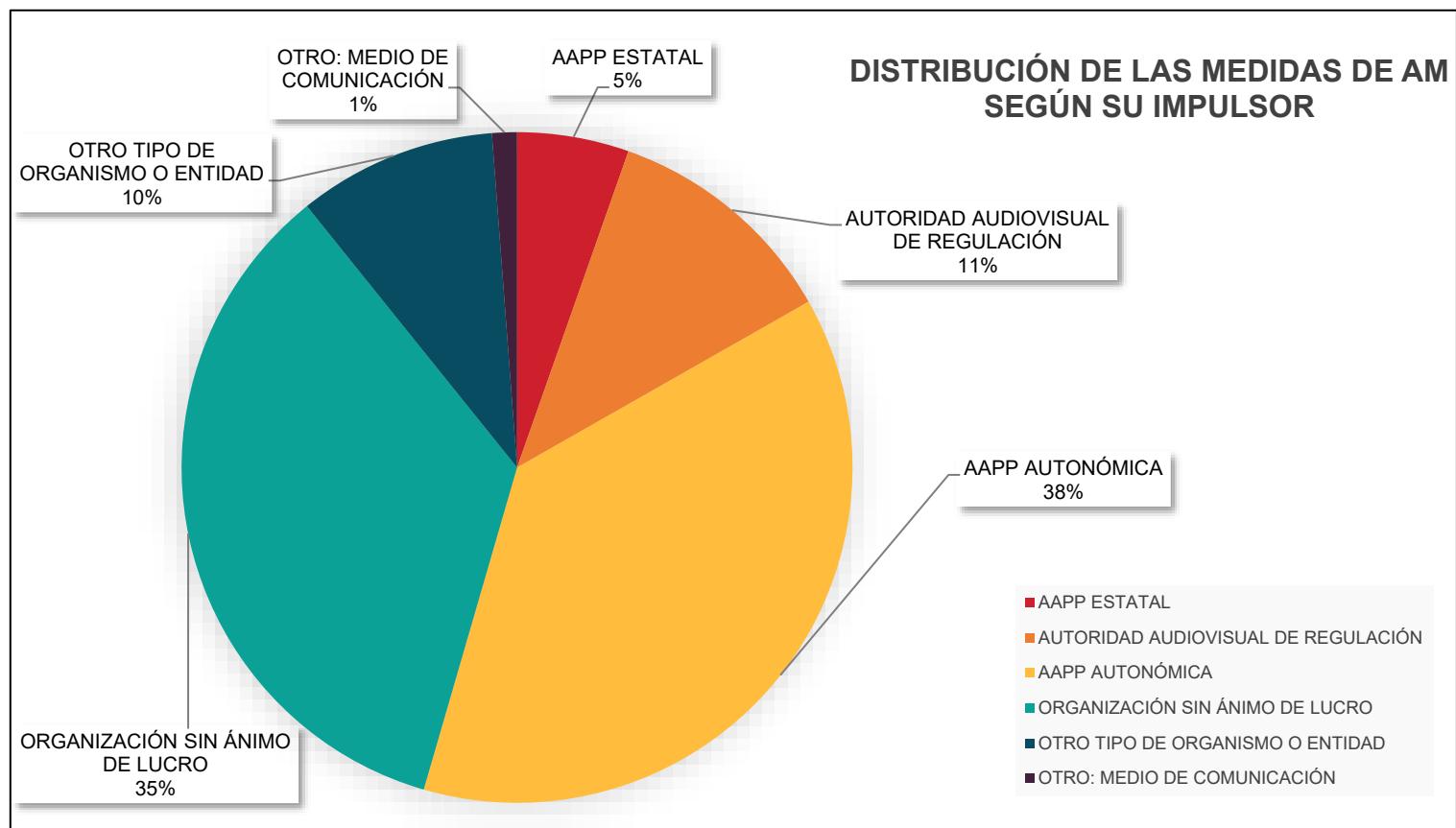
AAPP IMPULSORA	NOMBRE AYUDA PÚBLICA	HORIZONTE TEMPORAL	CUANTÍA PRESUPUESTADA	CUANTÍA ASIGNADA	NÚMERO BENEFICIARIOS	PROCEDENCIA FONDOS	OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	PÚBLICO OBJETIVO	RESULTADOS OBTENIDOS	VALORACIÓN AYUDA	ENLACES WEB
Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana (CACV)	Acuerdo de Cooperación entre el Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana y la Universitat Jaume I de Castelló (UJI) para la realización de actividades de la Cátedra de Análisis y Prospectiva del Audiovisual durante el ejercicio 2025	Hasta 10/2025	4.000,00 €	4.000,00 €	1	Presupuesto CACV para el ejercicio 2025	Reflexionar y debatir sobre el alcance real del concepto de la AMI, diferenciándolo de otros, y fomentar el intercambio de ideas entre especialistas y asistentes, buscando generar propuestas que mejoren la formación crítica de la ciudadanía frente a los retos del ecosistema mediático actual.	C. Valenciana	1, 2, 3,	Webinar: 'Propuestas para impulsar la Alfabetización Mediática en España'. Un equipo formado por 21 ponentes invitados: las principales expertas y expertos sobre AMI del país forman parte durante los meses de abril y mayo de 2025 del citado Webinar, organizado por la UJI. Online.	Valoración muy positiva, ya que las sesiones fomentaron el intercambio de ideas entre especialistas y asistentes, buscando generar propuestas concretas que contribuyan a mejorar la formación crítica de la ciudadanía frente a los retos del ecosistema mediático actual.	Enlace 1 , Enlace 2
Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana (CACV)	Acuerdo de Cooperación entre el Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana y la Universitat Jaume I de Castelló (UJI) para la realización de actividades de la Cátedra de Análisis y Prospectiva del Audiovisual durante el ejercicio 2025	Hasta 10/2025	1.650,00 €	1.650,00 €	1	Presupuesto CACV para el ejercicio 2025	Sensibilizar al profesorado de educación secundaria sobre el uso responsable de redes sociales y dispositivos digitales, especialmente en entornos educativos.	C. Valenciana	1, 2,	Curso de formación online de profesores de niveles educativos no universitarios "Periodismo contra desinformación. Prácticas periodísticas en favor de la alfabetización mediática". Organizado a través del CEFIRE de Castellón, Conselleria de Educación, Cultura, Universidades y Empleo, en mayo y junio	Gracias a cursos como este se desarrollan una serie de acciones para generar criterios pedagógicos sobre las sociedades alfabetizadas, que potencian las capacidades del profesorado.	
Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana (CACV)	Acuerdo de Cooperación entre el Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana y la Universitat Jaume I de Castelló (UJI) para la realización de actividades de la Cátedra de Análisis y Prospectiva del Audiovisual durante el ejercicio 2025	Hasta 10/2025	1.500,00 €	1.500,00 €	1	Presupuesto CACV para el ejercicio 2025	Reflexionar sobre la importancia de desarrollar competencias mediáticas e informacionales en la ciudadanía. Hacer un diagnóstico de competencias mediáticas del alumnado y recuperar materiales audiovisuales con fines educativos	C. Valenciana	1, 2, 3,	La UJI celebra la Semana Mundial AMI 2025 de la UNESCO: del 27 al 29 de octubre con conferencias y jornadas sobre patrimonio audiovisual y competencias informativas. Conferencia: ¿Qué es la Alfabetización Mediática e Informacional y por qué es importante? 27/10/ 2025.	Semana UNESCO AMI en UJI, iniciativa muy significativa, promueve el desarrollo de competencias críticas en la ciudadanía frente a retos del entorno digital. La diversidad de actividades, la implicación de instituciones académicas, medios públicos y organismos reguladores refuerzan su impacto social	Enlace
Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana (CACV)	Acuerdo de Cooperación entre el Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana y la Universidad Miguel Hernández de Elche (UMH) para la realización de actividades de la Cátedra de Análisis y Prospectiva del Audiovisual durante el ejercicio 2025	Hasta 10/2025	600,00 €	600,00 €	1	Presupuesto CACV para el ejercicio 2025	Subvencionar a la UMH para realizar actividades para el alumnado de Bachillerato para fomentar la alfabetización mediática entre los jóvenes, que implementen habilidades para evaluar la fiabilidad de las fuentes y reconocer las estrategias de desinformación más habituales	C. Valenciana	2, 4,	Curso de alfabetización mediática para alumnado de Bachillerato en San Miguel de Salinas (Alicante) que se realiza el 31 de octubre de 2025	Se trata de una propuesta que establece puentes entre los objetivos de la AMI y el alumnado de la Bachillerato con lo que se ejecuta uno de los propósitos esenciales del fomento de la AMI.	Enlace
Departamento de Cultura y Política Lingüística del Gobierno Vasco	Subvenciones destinadas a medios de comunicación diarios profesionales acreditados para minimizar el impacto negativo de la inteligencia artificial generativa en la creación, elaboración y publicación de contenidos que difunden para el año 2024.	2024	7.000.000,00 €	6.201.614,42 €	34	Presupuestos generales de la CAE	Hacer frente a la desinformación creada con métodos de inteligencia artificial generativa y promover iniciativas y/o herramientas para la alfabetización mediática de la sociedad en general y de los grupos más vulnerables a la desinformación en particular.	País Vasco	Otros: "Medios de comunicación privados, diarios profesionales acreditados con sede o delegación territorial en la CAE"			Enlace
Departamento de Cultura y Política Lingüística del Gobierno Vasco	Subvenciones destinadas a medios de comunicación diarios profesionales acreditados para minimizar el impacto negativo de la inteligencia artificial generativa en la creación, elaboración y publicación de contenidos que difunden para el año 2025.	Hasta 10/2025	7.000.000,00 €	6.941.723,45 €	41	Presupuestos generales de la CAE	Hacer frente a la desinformación creada con métodos de inteligencia artificial generativa y promover iniciativas y/o herramientas para la alfabetización mediática de la sociedad en general y de los grupos más vulnerables a la desinformación en particular.	País Vasco	Otros: "M. de comunicación privados, diarios profesionales acreditados con sede o delegación territorial en la CAE"			Enlace

AAPP IMPULSORA	NOMBRE AYUDA PÚBLICA	HORIZONTE TEMPORAL	CUANTÍA PRESUPUESTADA	CUANTÍA ASIGNADA	NÚMERO BENEFICIARIOS	PROCEDENCIA FONDOS	OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	PÚBLICO OBJETIVO	RESULTADOS OBTENIDOS	VALORACIÓN AYUDA	ENLACES WEB
Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes	Plan de mejora de la competencia digital educativa	Desde 11/2022	301.000.000,00 €	299.370.800,00 €	700.000	PRTR	Formación del profesorado para la mejora de la competencia digital educativa	Estatal	2, 3,	En el año 2021 se puso en marcha el Programa para la mejora de la competencia digital educativa, por el que se buscaba, entre otros objetivos la formación del profesorado para la mejora de su competencia digital. Como resultado de esta formación se ha desarrollado un sistema de acreditación de la competencia digital docente por parte de las administraciones educativas que en octubre de 2023 ha acreditado a más de 560.000 docentes	La gran aceptación por parte de los docentes e interés por la formación atestiguan del creciente éxito de la medida.	Acuerdo de la Conferencia Sectorial de Educación de 21 de julio de 2021, por el que se aprueba la propuesta de distribución territorial y los criterios de reparto de los créditos gestionados por Comunidades Autónomas destinados al Programa para la mejora de la competencia digital educativa #CompDigEdu, en el ejercicio presupuestario 2021: Enlace 1 Acuerdo de la Conferencia Sectorial de Educación de 23 de junio de 2022, por el que se aprueba la propuesta de distribución territorial de los créditos destinados al Programa de cooperación territorial para la mejora de la competencia digital educativa #CompDigEdu, en el ejercicio presupuestario 2022: Enlace 2 Competencia Digital Educativa. INTEF Enlace 3
Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes	Publicación de una guía con propuestas de situaciones de aprendizaje de AMI para secundaria	Hasta 10/2025	2.000,00 €	2.000,00 €		Presupuestos generales del Estado	Publicación de una guía de AMI con propuestas de situaciones de aprendizaje para trabajar con alumnado de secundaria.	Estatal	2, 3,	Elaboración y diseño de una guía para trabajar la AMI con alumnado de Educación Secundaria	No disponible	Enlace
Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes (Subdirección General de Cooperación Territorial e Innovación Educativa) y Principado de Asturias	Congreso “Avanzando en el refuerzo de la competencia lectora y matemática”	Hasta 10/2025	50.000,00 €	50.000,00 €	400 directos aproximadamente e más los indirectos	Presupuestos generales del Estado	Celebración de un congreso como parte de las actividades formativas recogidas en las resoluciones de los programas de cooperación territorial de Refuerzo de la Competencia Lectora y de la Competencia Matemática y dirigidas a los asesores de las comunidades autónomas, coordinadores y docentes de los centros implicados en el programa.	Estatal	2, 3,	Celebración de un congreso como parte de las actividades formativas recogidas en las resoluciones de los programas de cooperación territorial de Refuerzo de la Competencia Lectora y de la Competencia Matemática y dirigidas a los asesores de las comunidades autónomas, coordinadores y docentes de los centros implicados en el programa.		Enlace
Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes (Subdirección General de Cooperación Territorial e Innovación Educativa)	Materiales de los cursos del itinerario formativo del Programa de Cooperación Territorial de Refuerzo de la Competencia Lectora	Hasta 10/2025	50.000,00 €	Pendiente de cerrar		Presupuestos generales del Estado	Creación de materiales formativos sobre metodologías para el aprendizaje de la lectoescritura destinados a los asesores de las comunidades, coordinadores y docentes implicados en este programa de cooperación territorial.	Estatal	2, 3	Elaboración de los materiales para los siete cursos que conforman el itinerario formativo.		Solo accesible para los técnicos de las comunidades autónomas.

AAPP IMPULSORA	NOMBRE AYUDA PÚBLICA	HORIZONTE TEMPORAL	CUANTÍA PRESUPUESTADA	CUANTÍA ASIGNADA	NÚMERO BENEFICIARIOS	PROCEDENCIA FONDOS	OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	PÚBLICO OBJETIVO	RESULTADOS OBTENIDOS	VALORACIÓN AYUDA	ENLACES WEB
Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI) - Entidad Pública Empresarial Red.es	Estudio sobre la ciberseguridad y confianza del ciudadano en la red	2024, hasta 10/2025	479.048,07 €	474.257,59 €	El conjunto de la ciudadanía, empresas y administración pública con interés en obtener información sobre la temática del estudio	Red.es	Contratar un servicio de estudio semestral sobre la ciberseguridad y confianza del ciudadano en la red que pretende obtener información a través de indicadores de relevancia acerca de los hábitos, incidencias y percepción de la seguridad y e-confianza por parte de los usuarios españoles.	Estatal	Otros. Licitación dirigida a empresas que prestan servicios de estudios de mercado y de encuestas de opinión pública.	Cuatro estudios semestrales sobre la ciberseguridad y confianza del ciudadano en la red		
Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI) - Entidad Pública Empresarial Red.es	Estudio de la sociedad digital (2022-2023)	Desde 11/2022, 2023	220.266,46 €	150.000,00 €	El conjunto de la ciudadanía, empresas y administración pública con interés en obtener información sobre la temática del estudio	Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (Next Generation EU)	Contratar un servicio de estudio de la sociedad digital con el fin de generar conocimiento de valor en torno al uso de las TIC y su impacto, entre otros, en la economía, el empleo, las actividades sociales y culturales, la calidad de vida de las personas y la alfabetización mediática.	Estatal	Otros. Licitación dirigida a empresas que prestan servicios de estudios de mercado y de encuestas de opinión pública.	Dos estudios sobre sociedad digital		
Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI) - Entidad Pública Empresarial Red.es	Estudio de la sociedad digital (2025)	Hasta 10/2025	247.359,00 €	150.800,00 €	El conjunto de la ciudadanía, empresas y administración pública con interés en obtener información sobre la temática del estudio	Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (Next Generation EU)	Contratar un servicio de estudio de la sociedad digital con el fin de dar continuidad a los de años previos y realizar una radiografía de la sociedad digital, a fin de generar conocimiento de valor en torno al uso de las TIC y su impacto, incluyendo indicadores sobre alfabetización digital.	Estatal	Otros. Licitación dirigida a empresas que prestan servicios de estudios de mercado y de encuestas de opinión pública.			

5. MEDIDAS DE ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA (GENERAL)

Este apartado es el que concentra el grueso de las medidas e iniciativas de alfabetización mediática desplegadas en España en el periodo 2023-2025. En total se recopilan **163 medidas** por parte de 65 agentes en todo el territorio. Este número es significativamente mayor que en el anterior ejercicio de reporte. Se aprecia un importante aumento en el despliegue de iniciativas de capacitación de la alfabetización mediática, con las Administraciones Públicas de ámbito autonómico y las organizaciones sin ánimo de lucro como principales impulsoras de iniciativas. Especial peso también, de las autoridades audiovisuales de regulación que pese a existir cuatro en España (CAA, CAC, CACV -de ámbito autonómico- y CNMC – de ámbito estatal) sus iniciativas representan un 11% en esta categoría.



ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	TIPO ORGANISMO / INSTITUCIÓN	NOMBRE MEDIDA	AÑO	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA
Casa África (Reportado por Maldita)	AAPP estatal	Talleres de formación bajo la temática: "Desinformación", discurso de odio y xenofobia en redes sociales"	Hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6,	1, 4,	Estatal	Castellano	"Formación sobre Desinformación y bulos para jóvenes" (4 sesiones) "Formación sobre desinformación y bulos a cuerpos y fuerzas de seguridad" (1 sesión) "Formación sobre desinformación y bulos para personal de bibliotecas" (1 sesión).		Casa África		Formación a 150 personas	Aprendieron a reconocer los distintos tipos y formatos de desinformación, comprender las motivaciones detrás de su creación y difusión, y analizar los factores psicológicos y sociológicos que influyen en su credibilidad y propagación.
FADEMUR (Reportado por Maldita)	AAPP Estatal	Formación de Formadores + materiales formación Media Literacy Fademur - Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales	Hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6,	1, 2, 3,	Andalucía, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Extremadura, Galicia, R. de Murcia	Castellano	Formación	No			Se presentaron los conocimientos necesarios para realizar una formación práctica posteriormente, asegurándose de que tenga lugar una transferencia de pensamiento crítico relevante, inclusiva y efectiva.	Dirigidos a personas residentes en municipios con una población igual o inferior a 5.000 habitantes...priorizar áreas rurales especialmente afectadas por la despoblación y con limitada cobertura de servicios digitales.
Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes	AAPP Estatal	Estudio AMI	Hasta 10/2025	Otro: "Análisis de la situación de la AMI en Secundaria y difusión de resultados y medidas".	1, 2,	Estatal	Castellano	Diseño, elaboración y publicación del estudio. Difusión del estudio.	No			Se ha elaborado, publicado y difundido a la comunidad educativa.	
Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública	AAPP Estatal	Organización de Jornada de Reflexión y Concienciación sobre Alfabetización Mediática en la Semana mundial de la alfabetización mediática e informacional	Hasta 10/2025	2, otro: "Promoción de las alfabetizaciones múltiples"	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Incluyó un conversatorio bajo el título de "No todo son memes: buenas prácticas en la comunicación en redes sociales" y la mesa redonda "Si no lo veo, no lo creo. Estrategias para formar personas lectoras más críticas en la era de la información y las tecnologías innovadoras".	No	Ministerio de Educación		N/A	No comprobada
Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública	AAPP Estatal	Participación en el Grupo de Trabajo: Impulso a la alfabetización mediática dentro del Foro contra las Campañas de Desinformación en el ámbito de la Seguridad nacional	Hasta 10/2025	Otro: "Potenciar las medidas de alfabetización mediática mejorando la coordinación entre los agentes implicados	1	Estatal	Castellano	Este grupo tenía el cometido de discutir, poner en común ideas, reflexionar y elaborar recomendaciones. A lo largo de 2025 se organizan tres actividades paralelas para complementar las sesiones de discusión con el objetivo de completar el diagnóstico.		Promovido y coordinado con la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia		Se ha logrado mejorar entre los distintos entes públicos con competencias en materia de alfabetización mediática.	No comprobada.
Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI) - Entidad Pública Empresarial Red.es	AAPP estatal	Informes sobre cómo se protege la ciudadanía ante los ciberriesgos	2024, hasta 10/2025	Otro: Realizar, en el marco de un informe integral sobre la protección de la ciudadanía ante los ciberriesgos, un análisis de la alfabetización digital en España, basado en indicadores obtenidos mediante una encuesta semestral realizada a una muestra representativa de 3.300 personas. Entre 2024 y 2025 se han completado tres oleadas del estudio, lo que permite observar la evolución de las competencias en alfabetización mediática en la población durante este periodo.	1, 2, 3, 4	Estatal	Castellano			Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE) a través de Observaciber		Elaboración de un informe sobre protección de la ciudadanía ante los ciberriesgos con un capítulo sobre alfabetización digital donde se analizan aspectos como identificación de legalidad de plataforma, comprobación de veracidad, reconocimiento de contenido falso o visualización de contenido hostil.	Está previsto el análisis de métricas de impacto web de los informes tras su publicación, especialmente el número de visitas y el número de visitantes únicos.

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años)

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	TIPO ORGANISMO / INSTITUCIÓN	NOMBRE MEDIDA	AÑO	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA
Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI) - Entidad Pública Empresarial Red.es	AAPP estatal	Informe sobre sociedad digital	2023, 2024, hasta 10/2025	Otro: Proporcionar una visión integral y comparativa de la transformación digital de la sociedad española, incluyendo indicadores relacionados con la alfabetización digital, a partir de encuestas y técnicas cualitativas.	1, 2, 3, 4	Estatal	Castellano					Elaboración de un informe sobre la sociedad digital en España, incluyendo un apartado de alfabetización digital con indicadores relacionados con la autonomía en realización de tareas digitales, verificación de información, temáticas recurrentes de desinformación o prácticas de seguridad digital.	La edición publicada en 2024 recibió un total de 1560 visualizaciones. Respecto a los informes aún no publicados está previsto el análisis de métricas de impacto web tras su publicación.
Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI) - Entidad Pública Empresarial Red.es	AAPP estatal	Informes sobre competencias digitales	2023, 2024	Otro: El propósito principal de esta fase del análisis es describir la metodología empleada por la Unión Europea para la medición de las competencias digitales de la población, así como evaluar el nivel de dichas competencias en España mediante datos correspondientes a los años 2021 y 2023. Esta evaluación incorpora una dimensión específica centrada en la información y la alfabetización digital, que permite analizar la capacidad de la ciudadanía para acceder, interpretar, evaluar y utilizar contenidos digitales de forma crítica y segura.	1, 2, 3, 4	Estatal	Castellano					Publicación de informes sobre medición de competencias digitales a nivel europeo y análisis detallado de los resultados, incluyendo dimensiones relacionadas con la alfabetización digital y la alfabetización de datos e indicadores sobre verificación de información o búsqueda de fuentes adicionales.	La edición publicada en 2023 con datos referidos a 2021 recibió un total de 2051 visitas. La edición de 2024 con datos referidos a 2023 recibió 1653 visitas.
Red.es (Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad) Reportado por MTDFP	AAPP Estatal	Inclusión de un módulo especial sobre alfabetización mediática en el informe "Cómo se protege la ciudadanía ante los Ciberriesgos. Edición 2025. Datos 1S2024".	Hasta 10/2025	6	1, 2, 3,	Estatal	Castellano					Publicación del informe	No comprobada
Consejo Audiovisual de Andalucía	Autoridad Audiovisual de Regulación	Mayores con WiFi	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6, otro: "Proteger la privacidad de tus datos en Internet, realizar compras seguras online, hacer gestiones administrativas telemáticas o conocer los riesgos y ventajas de las redes sociales	3	Andalucía	Castellano	Programa formativo para personas mayores. Organización y coordinación por el CAA. Desarrollo de contenidos y acciones de sensibilización en Andalucía (diversas localidades). Talleres presenciales de 10 sesiones cada uno con 25 alumnos	No	10 Universidades públicas de Andalucía y la UNED, a través de aulas de la Experiencia o de mayores de las 11 Universidades y convenio con el Colegio de Periodistas de Andalucía y un convenio con el Consorcio Fernando de los Ríos. Manual didáctico elaborado por el CAA	Ejecución conforme a lo previsto. Alcance del público objetivo y difusión de competencias de alfabetización mediática.	Adeuada al objetivo y al público destinatario. Replicable en colaboración con locales y educativas	
Consejo Audiovisual de Andalucía	Autoridad Audiovisual de Regulación	Festival de Cine Europeo de Sevilla	2024, hasta 10/2025	2, 5, otro: "Acercar al alumnado el cine como herramienta de conocimiento y para estimular su formación como espectadores críticos".	2, 4,	Andalucía	Castellano	proyección en gran pantalla de un largometraje y un coloquio posterior, dirigido a jóvenes estudiantes de secundaria y bachillerato de diversos centros escolares de Sevilla. La película elegida ha sido en esta ocasión la británica The Lost King (2022), por sus referencias históricas, sus mensajes	No	Festival de Cine Europeo de Sevilla	Los alumnos participantes adquieren valores de tolerancia, solidaridad y colaboración a través del visionado de la película británica The Lost King (2022), por sus referencias históricas, sus mensajes llenos de valores educativos y por demostrar una narrativa accesible y directa.	Positiva a tenor de la participación de los centros educativos y de los escolares en el debate posterior.	

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años)

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	TIPO ORGANISMO / INSTITUCIÓN	NOMBRE MEDIDA	AÑO	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA
Consejo Audiovisual de Andalucía	Autoridad Audiovisual de Regulación	Publicación Guía del buen uso del móvil (y actualización de la misma)	2024, hasta 10/2025	1, 4, 5,	1, 2, 3,	Andalucía	Castellano Inglés	Publicación/Material didáctico. Organización y coordinación por el CAA. Desarrollo de contenidos y acciones de sensibilización en Sevilla (Facultad de Educación). Actualización de la guía y versión en inglés. Distribución online.	No	Facultad de Educación de la Universidad de Sevilla		Ejecución conforme a lo previsto. Alcance del público objetivo y difusión de competencias de alfabetización mediática.	Adeuada al objetivo y al público destinatario. Replicable en colaboración con entidades educativas.
Consejo Audiovisual de Andalucía	Autoridad Audiovisual de Regulación	Charla sobre uso seguro y consciente del móvil en la familia	Hasta 10/2025	1, 2, 4, 5,	1, 2, 3, 4,	Andalucía	Castellano	Charla/taller para familias. Organización y coordinación por el CAA. Desarrollo de contenidos y acciones de sensibilización en Fábrica de Artillería (Sevilla).	No	Ayuntamiento de Sevilla		Ejecución conforme a lo previsto. Alcance del público objetivo y difusión de competencias de alfabetización mediática.	Adeuada al objetivo y al público destinatario. Replicable en colaboración con entidades locales y educativas.
Consejo Audiovisual de Andalucía	Autoridad Audiovisual de Regulación	Muestra internacional universitaria de cortometrajes "Maravillame"	2024, hasta 10/2025	2, 3,	1, 2,	Andalucía	Castellano	Muestra universitaria de cortometrajes (acciones educativas). Organización y coordinación por el CAA. Desarrollo de contenidos y acciones de sensibilización en Jerez de la Frontera.	No	Universidad de Cádiz y entidades culturales		Ejecución conforme a lo previsto. Alcance del público objetivo y difusión de competencias de alfabetización mediática.	Adeuada al objetivo y al público destinatario. Replicable en colaboración con entidades locales y educativas.
Consejo Audiovisual de Andalucía	Autoridad Audiovisual de Regulación	Colaboración con festival de cortometrajes (acciones educativas) celebrada en Fuente Obejuna (Córdoba) (octubre 2025).	Hasta 10/2025	2	2	Andalucía	Castellano	Colaboración con festival de cortometrajes (acciones educativas). Organización y coordinación por el CAA. Acciones de sensibilización en Fuente Obejuna (Córdoba).	No	Organización del festival y entidades locales		Ejecución conforme a lo previsto. Alcance del público objetivo y difusión de competencias de alfabetización mediática.	Adeuada al objetivo y al público destinatario. Replicable en colaboración con entidades locales y culturales
Consejo Audiovisual de Andalucía	Autoridad Audiovisual de Regulación	Jornadas anuales del CAA	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 4, 5,	1	Estatal	Castellano	Jornada institucional. Organización y coordinación por el CAA. Desarrollo de contenidos y acciones de sensibilización en Parlamento de Andalucía (Sevilla).	No	Parlamento de Andalucía, expertos y entidades del sector		Ejecución conforme a lo previsto. Alcance del público objetivo e intercambio de ideas entre profesionales e interesados.	Adeuada al objetivo y al público destinatario. Replicable en colaboración con entidades locales y educativas
Consejo Audiovisual de Andalucía	Autoridad Audiovisual de Regulación	Andalucía Influye	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	2, 3, 4, otro: "Analizar el auge del fenómeno de los 'influencers' y la imagen que se ofrece en Andalucía en las redes sociales".	2	Andalucía	Castellano	Foro con expertos en comunicación digital y creadores de contenidos independientes en internet. Celebrado en 2023 en Granada, en 2024 en Jaén y en 2025 en Málaga.	No	Universidades de Granada, Málaga y Jaén. ICMEDIA.		Mayor clarificación acerca de la responsabilidad que deben ejercer las personas que se dedican a la influencia a través de las Redes Sociales y la actitud de crítica de las personas destinatarias.	Satisfactoria a tenor de la participación y las opiniones recogidas in situ.
Consejo Audiovisual de Andalucía	Autoridad Audiovisual de Regulación	Colaboración con el Festival de Cine Africano (Tarifa-Tánger)	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	Otro: "Promover entre el público escolar los valores de diversidad cultural, solidaridad, cooperación y compromiso, así como formar a nuevos espectadores de cine con espíritu crítico e inquietudes. También se busca propiciar un conocimiento más justo y real de las sociedades africanas, alejado de estereotipos y más cercano a la variada riqueza cultural de este continente".	4	Andalucía	Castellano	Visionado de películas en centros educativos con acceso a películas en versión original subtitulada en castellano y a sus correspondientes fichas didácticas para trabajar con el alumnado con un debate posterior en el que participan profesionales del mundo del cine.	No	Festival de Cine Africano (FCAT)		Los escolares aprenden de una forma crítica la adquisición de valores de tolerancia, solidaridad y compromiso con otras culturas.	Positivo por la acogida y la participación de los centros escolares en la iniciativa.
Consejo Audiovisual de Andalucía	Autoridad Audiovisual de Regulación	Festival de Cine Generamma	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	2, otro: "El CAA tiene también entre sus funciones la información, estudio y fomento del sector audiovisual, así como fomentar la igualdad de género en este ámbito y contribuir a la difusión de una imagen más real de las mujeres".	1, 2, 3,	Andalucía	Castellano	El CAA apoya la organización de un Casting por la Igualdad, dentro del programa de actividades paralelas del certamen, y una muestra de cortometrajes realizados por socias de Asociación de Mujeres de los Medios Audiovisuales (AMMA).	No	AMMA. Asociación Andaluza de Mujeres de los Medios Audiovisuales		Las personas que han asistido al Casting han tenido la oportunidad de visionar textos sobre paridad de géneros al tiempo que han tenido la oportunidad también de asistir a la búsqueda de nuevos talentos interpretativos así como reflexionar sobre el trabajo de las actrices, su vida profesional	Positiva, acorde con los objetivos y funciones que tiene fijado por Ley el Consejo Audiovisual de Andalucía.
Consell de l'Audiovisual de Catalunya	Autoridad Audiovisual de Regulación	XX convocatoria Premios eduCAC. Publicación de las bases de la convocatoria de los Premios eduCAC en el	Desde 11/2022	1, 2, 3, 5, otro: "promover la educación mediática en los centros educativos; fomentar el espíritu crítico en el uso y el consumo de los medios audiovisuales entre niños y jóvenes; reconocer la labor	1, 2, 4	Catalunya	Catalán	Acto de entrega de los Premios eduCAC	No	Medios propios: La dotación económica y la gestión de los		Participación de 50 centros educativos del país, que presentaron 82 proyectos audiovisuales. Por categorías: se presentaron 33 candidaturas en la	Los premios permiten conocer de primera mano las inquietudes del alumnado. Así mismo, son una excelente manera de poner en

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años)

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	TIPO ORGANISMO / INSTITUCIÓN	NOMBRE MEDIDA	AÑO	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA
		Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya núm. 8746 de 6 de septiembre de 2022.		que llevan a cabo los docentes en las aulas y poner en valor la trayectoria de los centros educativos en la promoción de la educación mediática."						premios está incluida dentro de las partidas presupuestarias de la propia institución.		Categoría A (Centros educativos); 37 en la Categoría B (Trabajos de investigación de Bachillerato) y 12 en la categoría C (Profesorado)	valor y difundir las experiencias educativas de los docentes que incorporan la educación en comunicación en el currículum escolar, y de reconocer la trayectoria de los centros.
Consell de l'Audiovisual de Catalunya	Autoridad Audiovisual de Regulación	XXI Convocatoria Premios eduCAC. Publicación de las bases de la convocatoria de los Premios eduCAC en el Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya núm. 8963 de 21 de julio de 2023.	2023, 2024	1, 2, 3, 5, otro: "promover la educación mediática en los centros educativos; fomentar el espíritu crítico en el uso y el consumo de los medios audiovisuales entre niños y jóvenes; reconocer la labor que llevan a cabo los docentes en las aulas y poner en valor la trayectoria de los centros educativos en la promoción de la educación mediática."	1, 2, 4	Catalunya	Catalán	Publicación de convocatoria, difusión por diversos medios, acto de entrega de los Premios eduCAC el 29 de Mayo de 2024.	No	La dotación económica y la gestión de los premios está incluida dentro de las partidas presupuestarias de la propia institución.		Participación de 55 centros educativos del país, que presentaron 97 proyectos audiovisuales. Se presentaron candidaturas 34 en la Categoría A (Centros educativos); 55 en la Categoría B (Trabajos de investigación y producciones audiovisuales de Bachillerato) y 8 en la categoría C (profesorado).	Los premios permiten conocer de primera mano las inquietudes del alumnado. Así mismo, son una excelente manera de poner en valor y difundir las experiencias educativas de los docentes que incorporan la educación en comunicación, y de reconocer la trayectoria de los centros educativos.
Consell de l'Audiovisual de Catalunya	Autoridad Audiovisual de Regulación	XXII Convocatoria Premios eduCAC. Publicación de las bases de la convocatoria de los Premios eduCAC en el Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya núm. 9244 de 9 de septiembre de 2024.	2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 5, otro: "promover la educación mediática en los centros educativos; fomentar el espíritu crítico en el uso y el consumo de los medios audiovisuales entre niños y jóvenes; reconocer la labor que llevan a cabo los docentes aulas y poner en valor la trayectoria de los centros educativos en la promoción de la educación mediática."	1, 2, 4	Catalunya	Catalán	Publicación de convocatoria, difusión por diversos medios, acto de entrega de los Premios eduCAC el 16 de Mayo de 2025	No	La dotación económica y la gestión de los premios está incluida dentro de las partidas presupuestarias de la propia institución.		Participación de 57 centros educativos de Catalunya, que presentaron 76 proyectos audiovisuales. 42 candidaturas en la Categoría A (Centros educativos); 30 en la Categoría B (Trabajos de Bachillerato) y 4 en la categoría C (Profesorado). Nueva categoría: Trayectoria de centro educativo.	Los premios permiten conocer de primera mano las inquietudes del alumnado. Así mismo, son una excelente manera de poner en valor y difundir las experiencias educativas de los docentes que incorporan la educación en comunicación en el currículum escolar y de reconocer la trayectoria de los centros.
Consell de l'Audiovisual de Catalunya	Autoridad Audiovisual de Regulación	Curso Desinformación y fake news	2024, hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6, otro: "curso en el que se definen los conceptos relacionados con el fenómeno de la desinformación y las noticias falsas, y se identifican los recursos disponibles para detectar desordenes informativos. También se abordan los conceptos de veracidad, credibilidad, objetividad y sobreinformación, y se reflexiona sobre la ética periodística y el trabajo de los verificadores"	1, 2	Catalunya	Catalán	La duración del curso es de 30 horas y se desarrolla íntegramente de forma virtual y asincrónica.	No	Departamento de Educación de la Generalitat de Catalunya		Más de 400 profesores han realizado la formación.	Las valoraciones del profesorado que ha completado el curso han sido muy positivas.
Consell de l'Audiovisual de Catalunya	Autoridad Audiovisual de Regulación	Actualización de los contenidos didácticos eduCAC mediante la convocatoria de un concurso público.	2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6, otro: "Se han elaborado nuevas situaciones de aprendizaje (SA) para diversas etapas educativas (segundo ciclo de primaria y secundaria) que incluyen actividades para reflexionar, analizar y crear contenidos audiovisuales en el aula. Las SA incorporan recursos didácticos que conectan con el mundo real y digital del alumnado, y ofrecen orientaciones de evaluación para el profesorado. Los materiales se estructuran en torno a 7 ejes temáticos: Información, Entretenimiento, Publicidad, Tecnología, Género, Diversidad y Producción audiovisual".	4	Catalunya	Catalán	Promoción a través de presentaciones, del newsletter eduCAC y de las redes sociales eduCAC. Revisión de los contenidos por parte del equipo técnico eduCAC.	No	La actualización se ha llevado a cabo con recursos propios del CAC a través de un concurso público. Por la Resolución PR 10/2024, se aprueba el inicio del procedimiento de contratación del servicio de desarrollo de nuevos contenidos educativos y de rediseño de la estructura de los materiales.		Incremento de número de docentes inscritos a la página web de eduCAC.	Facilita la impartición de contenidos que se relacionan fundamentalmente con la mayoría de los saberes de la competencia digital del currículum de educación básica de Catalunya (decreto 175/2022, de 27 de septiembre)
Agencia de Transformación Digital de Castilla-La Mancha	AAPP autonómica	Publicación de contenido en redes sociales: instagram y TikTok	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	3, 4, 6, otro: "difusión de contenido".	1, 2, 3, 4,	Castilla-La Mancha	Castellano	Publicación de contenido en RRSS Campañas de publicidad para determinadas iniciativas, principalmente los concursos	No	Centros educativos		Nº Seguidores: 754 Nº Publicaciones: 283	Incremento del Nº de seguidores y de "Me gusta" en relación al año anterior.

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años)

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	TIPO ORGANISMO / INSTITUCIÓN	NOMBRE MEDIDA	AÑO	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA
Agencia de Transformación Digital de Castilla-La Mancha	AAPP autonómica	Desarrollo de un Portal Web	Desde 11/2022 , 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Castilla-La Mancha	Castellano	Diseño, desarrollo y puesta en producción de un portal web. https://agendaaudiovisual.castillalamancha.es/ con contenido sobre alfabetización mediática, donde se publican todas las actividades e iniciativas AMI llevadas a cabo por este organismo.	No			Número de visitas totales y únicas: 54.283 Número de descargas de materiales o recursos: 1.825 descargas únicas Páginas vistas: 74.443 únicas	Aumento del interés sobre la temática. Visitas a las páginas y descargas del contenido.
Agencia de Transformación Digital de Castilla-La Mancha	AAPP autonómica	Presentación de la Campaña "No me lías". Edición 2025: Estrategia AMI.	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Castilla-La Mancha	Castellano	Presentación de la campaña y Estrategia de Alfabetización Digital, difusión en redes sociales. Participación en el III Congreso de Digitalización Educativa de CLM dirigido al profesorado de la región. Elaboración del video promocional de la Estrategia y reels para publicación en portal web y rrss.	No	Consejería de Educación, Cultura y Deportes		Incremento de visualizaciones y descargas de los contenidos publicados en el Portal Web, en RRSS. Mayor interés por las iniciativas relacionadas con temática AMI	Interés mostrado por los docentes asistentes en el Congreso. Identificación de herramientas de verificación de contenido.
Agencia de Transformación Digital de Castilla-La Mancha	AAPP autonómica	Presentación de la Campaña "No me lías". Edición 2024: Rumbo a una cultura digital segura	2024	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Castilla-La Mancha	Castellano	Presentación de la campaña, difusión en redes sociales. Participación en varias ponencias en el II Congreso de Digitalización Educativa de CLM dirigido al profesorado de la región. Elaboración de material didáctico en formato díptico.	No	Consejería de Educación, Cultura y Deportes		Interés mostrado por los docentes asistentes en el Congreso. Identificación de herramientas de verificación de contenido.	Incremento de visualizaciones y descargas de los contenidos publicados en el Portal Web, en RRSS. Mayor interés por las iniciativas relacionadas con temática AMI
Agencia de Transformación Digital de Castilla-La Mancha	AAPP autonómica	III Edición Concurso en RRSS "No piques"	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6,	2, 4,	Castilla-La Mancha	Castellano	Publicación de bases, valoración de trabajos participantes y jornada de entrega de premios de la III Edición del concurso en redes sociales "No piques", dentro de la campaña de sensibilización "No me lías".	Sí	Ente Público Radio y Televisión de Castilla-La Mancha (Castilla-La Mancha Media) Consejería de Educación, Cultura y Deportes. Centros Educativos	Participantes totales: 45 Por categoría: -Individual: 13 -Grupo: 26 -Centro educativo: 6 19.546,86 €		Difusión y alcance en RRSS (tiktok e instagram): Nº de visualizaciones= 86.850. Fidelización de participantes para siguientes ediciones. Originalidad y argumentación en los contenidos presentados. Reutilización del contenido en otros contextos educativos. Diversidad de participantes.
Agencia de Transformación Digital de Castilla-La Mancha	AAPP autonómica	Talleres teórico-prácticos para el profesorado de Centros Educativos de la región a través del Centro Regional de Formación del Profesorado (CRFP)	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 2,	Castilla-La Mancha	Castellano	2 acciones formativas en modalidad online de 8h: -Riesgos digitales para docentes, alumnado y familias. -Uso responsable y seguro de la tecnología. 1 acción formativa "Curso Marco AMI" en modalidad de autoformación	Sí	Centro Regional de Formación del Profesorado (CRFP) de la Consejería de Educación, Cultura y Deportes	3.165,00 €	Solicitudes recibidas: 400 Talleres impartidos hasta la fecha: 3 Número de profesorado participante hasta la fecha: 303	Encuestas post intervención: donde se recogen observaciones sobre lo aprendido. Encuestas de satisfacción: para conocer como valoran la medida los participantes.
Agencia de Transformación Digital de Castilla-La Mancha	AAPP autonómica	Programa Conectad@s - Mayores Digital	Hasta 10/2025	1, 2, 4, 6,	3	Castilla-La Mancha	Castellano	Cursos de formación, de 8 horas de duración, en modalidad presencial, distribuidos en 3-4 sesiones.	No	MasOrange, Ayuntamientos		Número de talleres impartidos hasta la fecha: 15. Número de participantes hasta la fecha: 165	Testimonios de reducción de casos de estafas o fraude online. Interés en continuar formándose en competencias digitales. Encuestas de satisfacción: para conocer como valoran la medida los participantes.
Agencia de Transformación Digital de Castilla-La Mancha	AAPP autonómica	Charlas sobre ciberseguridad y desinformación de género para la ciudadanía	Hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6,	1, 2, 3,	Castilla-La Mancha	Castellano	Realización de charlas de sensibilización sobre ingeniería social, de 1 hora de duración en modalidad presencial, para ciudadanía en general en municipios de Castilla-La Mancha.	Sí	Ayuntamiento de la Región	3.809,47 €	Solicitudes recibidas: 103 Solicitudes seleccionadas: 50 Charlas impartidas hasta la fecha: 34 Número de participantes hasta la fecha: 197	Encuestas post intervención: donde se recogen observaciones sobre lo aprendido. Encuestas de satisfacción: para conocer como valoran la medida los participantes
Agencia de Transformación Digital de Castilla-La Mancha	AAPP autonómica	Talleres teórico-prácticos sobre riesgos digitales para el alumnado de centros	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6,	4	Castilla-La Mancha	Castellano	Realización de talleres de sensibilización sobre riesgos digitales de 1 hora de duración en modalidad presencial para alumnado de	Sí	Consejería de Educación, Cultura y Deportes	20.745,45 €	Solicitudes recibidas: 285 Solicitudes seleccionadas: 140 Talleres impartidos hasta la fecha: 135	Encuestas post intervención: donde se recogen observaciones sobre lo aprendido. Encuestas de satisfacción:

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años)

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	TIPO ORGANISMO / INSTITUCIÓN	NOMBRE MEDIDA	AÑO	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA
		educativos de Castilla-La Mancha						centros educativos de educación primaria y secundaria de Castilla-La Mancha.				Número de alumnos participantes hasta la fecha: 5.973	para conocer como valoran la medida los participantes
Agencia de Transformación Digital de Castilla-La Mancha (En el periodo 2022-23 las competencias AMI estaban atribuidas a la Dirección General de Cohesión Territorial de la Consejería de Desarrollo Sostenible)	AAPP autonómica	Presentación de la Campaña "No me lías". Edición 2023: Por Ser Mujer	2023	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Castilla-La Mancha	Castellano	Presentación de la campaña y Jornada de concienciación con motivo del 8M. Talleres-charlas de sensibilización presenciales de 1 h de duración en Centros de la Mujer de Castilla-La Mancha.	No	Instituto de la Mujer, Centros de la Mujer, Ayuntamientos	Talleres-charlas impartidas: 86 Número de personas participantes: 3.010		Encuestas post intervención: donde se recogen observaciones sobre lo aprendido. Encuestas de satisfacción: para conocer como valoran la medida los participantes.
Agencia de Transformación Digital de Castilla-La Mancha (En el periodo 2022-23 las competencias AMI estaban atribuidas a la Dirección General de Cohesión Territorial de la Consejería de Desarrollo Sostenible)	AAPP autonómica	Pódcast "Desvirilizando la Desinformación"	Desde 11/2022 , 2023	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Castilla-La Mancha	Castellano	Elaboración de una serie de 5 podcast publicados en Spotify Capítulo 1: La desinformación y otros conceptos Capítulo 2: Hábitos para luchar contra la desinformación Capítulo 3: La desinformación tiene historia Capítulo 4: Los efectos de la desinformación Capítulo 5: Verificadores y redes sociales	No	Universidad de Castilla-La Mancha UCLM (Facultad de Comunicación)		Uso del podcast en centros educativos como material de apoyo. Debates o actividades derivadas del contenido.	No se ha comprobado la eficacia.
Agencia de Transformación Digital de Castilla-La Mancha (En el periodo 2022-23 las competencias AMI estaban atribuidas a la Dirección General de Cohesión Territorial de la Consejería de Desarrollo Sostenible)	AAPP autonómica	I Edición Concurso en RRSS "Un bocata contra la desinformación"	Desde 11/2022 , 2023	1, 2, 3, 4, 5, 6,	2, 4,	Castilla-La Mancha	Castellano	Publicación de bases, valoración de trabajos participantes y jornada de entrega de premios de la I Edición del concurso en redes sociales "Un bocata contra la desinformación", dentro de la campaña de sensibilización "No me lías".	No	Ente Público Radio y Televisión de Castilla-La Mancha (Castilla-La Mancha Media) Consejería de Educación, Cultura y Deportes. Centros Educativos	Participantes totales: 23 categoría: 7 -Individual: 11 -Grupo: -Centro educativo: 5		Difusión y alcance en RRSS (tiktok e instagram): Nº de visualizaciones= 27.047 Fidelización de participantes para siguientes ediciones Originalidad y argumentación en los contenidos presentados Reutilización del contenido en otros contextos educativos Diversidad de participantes

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años)

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	TIPO ORGANISMO / INSTITUCIÓN	NOMBRE MEDIDA	AÑO	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA
Agencia de Transformación Digital de Castilla-La Mancha (en el periodo 2024 las competencias AMI estaban atribuidas a la Consejería de Hacienda, Administraciones Públicas y Transformación Digital).	AAPP autonómica	II Edición Concurso en RRSS "Que no te la cuelen"	2024	1, 2, 3, 4, 5, 6,	2, 4,	Castilla-La Mancha	Castellano	Publicación de bases, valoración de trabajos participantes y jornada de entrega de premios de la II Edición del concurso en redes sociales "Que no te la cuelen", dentro de la campaña de sensibilización "No me lies".	No	Ente Público Radio y Televisión de Castilla-La Mancha (Castilla-La Mancha Media) Consejería de Educación, Cultura y Deportes. Centros Educativos		Participantes totales: 48 Por categoría: -Individual: 21. -Grupo: 19. -Centro educativo: 8.	Difusión y alcance en RRSS (tiktok e instagram): Nº de visualizaciones= 28.395 Fidelización de participantes para siguientes ediciones. Originalidad y argumentación en los contenidos presentados. Reutilización del contenido en otros contextos educativos Diversidad de participantes
Agencia Digital de Andalucía	AAPP autonómica	Actuaciones en el marco de la Estrategia Andaluza de Ciberseguridad 2022-2025 y sus planes predecesores.	Hasta 10/2025	2, 4, 5, otro: "OE1 – Fortalecer las estructuras de gobierno. • OE2 – Reforzar las capacidades de prevención, detección y respuesta a incidentes. • OE3 – Cooperar y colaborar en aras de extender la capacidad de protección. • OE4 – Situar a Andalucía como referente a nivel nacional e internacional en ciberseguridad. • OE5 – Mejorar las capacidades de ciberseguridad en las empresas andaluzas. • OE6 – Poner en marcha medidas para el desarrollo de una industria de ciberseguridad. • OE7 – Potenciar el talento y competencias de ciberseguridad en la ciudadanía y profesionales. • OE8 – Mejorar la cultura y buenas prácticas de ciberseguridad."	1, 2, 4,	Andalucía	Castellano	•Seminarios web •Charlas de sensibilización •Vídeos divulgativos •Boletín de seguridad (BoleSTIC): disponible en la web del Centro de Ciberseguridad de Andalucía (CIAN) •Infografías disponibles en la misma web •Actividades de divulgación realizadas en el Centro	No	Colaboración con INCIBE para la instalación en diversas localidades de Andalucía de su stand itinerante y su roadshow del programa "Experiencia Incibe" en 2024 y 2025		Aproximadamente, con frecuencia mensual se lanzan actividades de este tipo (seminarios web, boletines...). En el caso de los boletines el alcance llega a número de en torno a 300.000 empleados públicos, al que habría que sumar la ciudadanía que accede a ellos a través de la web.	De momento no ha concluido la puesta en marcha de mecanismos de medición que permitan determinar la eficacia.
Agencia Digital de Andalucía	AAPP autonómica	Programa formativo para todos Recursos Aprende Volando 2022-2025	Desde 11/2022 , 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Andalucía	Castellano	Elaboración y difusión de recursos divulgativos a través de los canales de comunicación de Andalucía Vuela, plataforma de la Junta de Andalucía orientada a impulsar la transformación digital de la sociedad andaluza a través de varias líneas, entre ellas la capacitación digital de la ciudadanía.	No			El tráfico medio de visitas mensual a la web de Vuela, en el periodo analizado, está entorno a aproximadamente unas 60.000 visitas. Las visualizaciones de los recursos publicados en el canal de Youtube relacionados con la alfabetización digital es de 2.700 visitas	Los contenidos elaborados y difundidos en el marco de la iniciativa Andalucía Vuela están diseñados para acercar a la ciudadanía conceptos, herramientas, consejos y recomendaciones dirigidos a impulsar su digitalización para que puedan disfrutar de las oportunidades que ofrece el mundo digital
Agencia Digital de Andalucía	AAPP autonómica	Programa Herramientas para eficacia y seguridad Puntos Vuela 2023-2025	2023, 2024, hasta 10/2025	5	1, 2, 3, 4,	Andalucía	Castellano	Las medidas se implementan principalmente como actividades formativas (cursos y talleres) dentro del Plan de Capacitación Digital, desarrolladas en la Red de Puntos Vuela de Andalucía. Estas actividades están dirigidas a fomentar la seguridad y el uso crítico de los medios digitales. Ver ANEXO	No	Cruz Roja, ONCE, AGAPA, Salud, Inmigración, para el desarrollo de actuaciones específicas		•Nº Total de Actividades: 10.733 •Total Asistencias: 75.705 •Personas diferentes Asistentes (Totales): 39.487	Gran interés y una necesidad significativa por parte de todos los segmentos de la población (menores, jóvenes, adultos y mayores). Adicionalmente, la estrategia de difusión y captación a través de los canales digitales de "Puntos Vuela" respalda la eficacia de la comunicación de la medida.
Agencia Digital de Andalucía	AAPP autonómica	Programa formativo Aprende Volando 2023	2023	1, 2, 4, 5, 6,	3, 4,	Andalucía	Castellano	Celebración de diferentes eventos dirigidos a la concienciación y sensibilización de la ciudadanía en relación con la navegación segura por Internet, la identificación de contenidos fiables, la valoración crítica de la información, etc.	No	Organización Senior TIC, Cruz Roja Española, entre otras instituciones públicas.		•Taller interactivo "Entra en juego: ¡defiende tu mundo digital!" (celebrado en el marco del evento Leadingirls) (22/10/2025 - Málaga): participaron en total 86 estudiantes procedentes de 3 centros educativos. •Talleres para la celebración del Día de Internet 2025 (20/05/2025 - Cádiz): 80 personas	Las jornadas y talleres desarrollados han permitido acercar a la ciudadanía andaluza de manera directa conceptos, herramientas, consejos y recomendaciones dirigidos a impulsar su digitalización para que puedan disfrutar de las oportunidades que ofrece el mundo digital con soltura y seguridad.
Agencia Digital de Andalucía	AAPP autonómica	Programa formativo Aprende Volando	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Andalucía	Castellano	En marzo de 25 se pone en marcha el programa formativo Aprende Volando, dirigido a capacitar a la ciudadanía en	No	Entidades públicas y privadas para el		Desde el lanzamiento del programa Aprende Volando en el mes de marzo, y hasta el 30 de septiembre de 2025, han	Las acciones formativas puestas a disposición de la ciudadanía a través del programa Aprende Volando están

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años)

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	TIPO ORGANISMO / INSTITUCIÓN	NOMBRE MEDIDA	AÑO	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA
								habilidades digitales básicas de forma gratuita y accesible, financiado por la Unión Europea. El programa ofrece formaciones accesibles para los ciudadanos, en formato presencial y online		apoyo en la difusión del programa en el territorio y para la captación de usuarios		participado en estos cursos 4.905 personas, ya sea en modalidad presencial o en online tutorizada. Los resultados por curso se especifican más adelante en archivo ADJUNTO.	diseñadas con un enfoque práctico y flexible, en un formato breve (cursos de 10 horas) y con diferentes modalidades (online y presencial) para facilitar a cualquier persona que quiera mejorar
Agencia Digital de Andalucía	AAPP autonómica	WomANDigital, iniciativa para la promoción de la igualdad de género en el sector TIC	Desde 11/2022 , hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 2, 4,	Andalucía	Castellano	Eventos dirigidos a la concienciación y sensibilización de la ciudadanía en relación con la navegación segura por Internet, la identificación de contenidos fiables, la valoración crítica de la información, etc. Los eventos desarrollados en este periodo se han orientado a menores y sociedad en gral.	No			•Congreso de Ciberseguridad 2025(presencial 40 p) •Hackathon "Código GENIAS en Juego(74 alumn@s) •WomANDigital Days 2025 -Sevilla (5 mayo 2025) Cádiz (4 de junio) Córdoba (18 de junio) •Píldoras Audiovisuales TIC&GO octubre 2025(Total visibilizaciones en 1048 en LinkedIn y 442 en Instagram)	Las jornadas, talleres y píldoras audiovisuales desarrollados han permitido acercar a la ciudadanía andaluza de manera directa conceptos, herramientas, consejos y recomendaciones dirigidas a impulsar su digitalización para que puedan disfrutar de las oportunidades que ofrece el mundo digital
Centro Regional de Innovación Digital (CRID)	AAPP autonómica	Jornadas "La Mujer STEM en Castilla-La Mancha"	2023, 2024, hasta 10/2025	Otro: "Visibilizar el trabajo de las mujeres de Castilla-La Mancha que se dedican a las áreas STEM (Science, Technology, Engineering and Mathematics), creando así referentes femeninos para la infancia que puedan contribuir a la elección de estas áreas como carreras profesionales."	4	Castilla-La Mancha	Castellano	Celebración de 3 Jornadas "La Mujer STEM en Castilla-La Mancha" coincidiendo con el Día Internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia durante los años 2023, 2024 y 2025.	No	Consejería de Educación, Cultura y Deportes		Asistentes a la jornada: Nº de centros: 6 Nº de alumnado: 180	Testimonios de participantes sobre el impacto de conocer referentes femeninos. Valoración del profesorado sobre el interés generado en el aula tras la jornada.
CEPA San Martín de Valdeiglesias (Reportado por Maldita)	AAPP autonómica	Formación para docentes en Alfabetización Mediática, desinformación y herramientas de verificación	2023	1, 2, 5, 6,	1	C. de Madrid	Castellano	Formación a formadores en el CEPA San Martín de Valdeiglesias				Formación para profesorado y docentes en alfabetización mediática	Desarrollo de pensamiento crítico y obtención de herramientas y recursos para replicar la formación en sus centros educativos
Comunidad de Madrid	AAPP autonómica	Red de centros de capacitación digital	2024, hasta 10/2025	2, 5,	1, 2, 3, 4,	C. de Madrid	Castellano	Formación para empleados públicos	Sí		753.405,00 €	Aproximadamente 3.000 personas formadas	Se está ejecutando (hasta 2026) y entonces se comprobará la eficacia
Consejería de Educación de la Junta de Castilla y León (Reportado por Maldita)	AAPP autonómica	Formación especializada en Educación mediática y pensamiento crítico para profesorado	Hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6,	1	Castilla y León,	Castellano	Formación especializada, de 8 h de duración, en Educación mediática y pensamiento crítico, para los CFIE Castilla y León				Formación presencial de 8 horas con profesorado de primaria y secundaria que forma parte del programa de fomento de la lectura de Castilla y León en el que se les ofrecieron los materiales necesarios para replicar la formación	25 personas formadas con posibilidad de atender los centros de todas las provincias de Castilla y León
Diputación de Navarra (Reportado por Maldita)	AAPP autonómica	Formación a formadores de educación mediática y pensamiento crítico para combatir la desinformación y de herramientas de verificación entre los jóvenes	Hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6,	1	C. F. de Navarra						Formación de 6 horas a técnicos de juventud	25 personas formadas a las que se les ofrece recursos didácticos y pedagógicos para replicar la formación
Dirección General del Libro (Reportado por Maldita)	AAPP autonómica	DESINFORMACIÓN y BRECHA DIGITAL DIRECCIÓN GENERAL DEL LIBRO	2023, 2024	1, 2, 4, 5, 6,	3, 4,	C. de Madrid	Castellano	Cursos y talleres para las bibliotecas de la CAM dentro de los programas de mayores y jóvenes				Formaciones a 80 personas (mayores de 65 años y jóvenes de secundaria) en diversos talleres y formaciones implementadas en diferentes bibliotecas de la Comunidad de Madrid.	Desarrollo de pensamiento crítico y herramientas para combatir la desinformación, así como prevención de riesgos derivados de esta problemática
Dirección Xeral de Ordenación e Innovación Educativa	AAPP autonómica	Programa Radio Na Biblio	Desde 11/2022 , 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, otro: "Mejorar las competencias de lectura, escritura y habilidades investigadoras y de uso de la información".	4	Galicia	Gallego					Refuerzo de los programas que inciden en la alfabetización mediática con propuestas que promueven el conocimiento y el uso responsable de la información en múltiples formatos.	245 centros incorporados al programa

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años)

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	TIPO ORGANISMO / INSTITUCIÓN	NOMBRE MEDIDA	AÑO	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA
Dirección Xeral de Ordenación e Innovación Educativa	AAPP autonómica	Programa Biblioteca Creativa	Desde 11/2022 , 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, otro: "Mejorar las competencias de lectura, escritura y habilidades investigadoras y de uso de la información".	4	Galicia	Gallego					La biblioteca como un laboratorio creativo de aprendizaje, con presencia de multialfabetismos, creatividad, expresión y comunicación como garantía de una formación adaptada a las necesidades del Siglo XXI	211 centros incorporados al programa
Dirección Xeral de Ordenación e Innovación Educativa	AAPP autonómica	PLAMBE - Plan de Mejora de Bibliotecas Escolares	Desde 11/2022 , 2023, 2024, hasta 10/2025	2, 5, otro: "Mejorar las competencias de lectura, escritura y habilidades investigadoras y de uso de la información".	4	Galicia	Gallego					Canal de integración en los centros educativos de las tecnologías de la comunicación que la sociedad va desarrollando. Adquisición de formación del alumnado en una sociedad que demanda una ciudadanía activa, dotada de destrezas para la consulta eficaz en las fuentes informativas. Selección autónoma	903 centros escolares incorporados al programa
Dirección Xeral de Ordenación e Innovación Educativa	AAPP autonómica	PLAN LIA 2021/2025 - Lectura, información y aprendizaje	Desde 11/2022 , 2023, 2024, hasta 10/2025	2, otro: "Mejorar las competencias de lectura, escritura y habilidades investigadoras y de uso de la información".	4	Galicia	Gallego					El alumno adquiere capacidades y actitudes para trabajar con la información y para la creación de conocimiento colaborativo. Se promueve el conocimiento y el uso responsable de la información en múltiples formatos	Se crea una gama diversificada de herramientas tecnológicas para la creación, representación y comunicación de información en diversos formatos
Federación Valenciana de Municipios y Provincias (Reportado por Maldita)	AAPP autonómica	Utilización de herramientas tecnológicas para la prevención, gestión y resiliencia ante catástrofes naturales	Hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6,	1	C. Valenciana	Castellano	Curso con la Federación Valenciana de Municipios y Provincias (FVMP) impartido en 3 ocasiones a través de su plataforma de formación. COMUNICACIÓN CONFIABLE en el curso IM25.2 Utilización de herramientas tecnológicas para la prevención, gestión y resiliencia ante catástrofes naturales				Formación para EEPP de la administración pública	150 personas formadas
Gobierno de Cantabria (Reportado por Maldita)	AAPP autonómica	Recursos para la búsqueda de información fiable y el fomento del pensamiento crítico	2024, hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6,	1	Cantabria	Castellano	Formación docente online, de 12 horas de duración, divididas en jornadas de 2 horas, para el CEP SANTANDER				Formación de 12 horas en desinformación y alfabetización mediática con materiales y herramientas para trabajar con su alumnado	30 personas formadas: Profesorado de Educación Secundaria y Formación Profesional. Participación, como mínimo, en el 85% de las sesiones, de acuerdo con la normativa vigente (Orden DU/41/2009).
Gobierno de Navarra	AAPP autonómica	Contenidos formativos en materia de alfabetización mediática	Hasta 10/2025	1,2,3,4,5,6	1,2,3,4	C.F. Navarra	Castellano, euskera	Jornada de divulgación. Cursos presenciales y online. Elaboración de contenidos formativos				5 cursos online que incluyen contenidos de ciberseguridad, entre los que hay aspectos relacionados con la alfabetización mediática. 5 jornadas presenciales (Pisa Seguro en la Era Digital), en las que se tratan temas de alfabetización mediática	No se ha comprobado
Instituto de Investigación e Innovación Educativa (INIE) de la Universidad de Oviedo	AAPP autonómica	Cursos de formación en alfabetización mediática y digital dirigidos al profesorado y personal investigador de la Universidad de Oviedo.	Desde 11/2022 , hasta 10/2025	1, 2, 3, 5,	1, 2, 3, 4,	P. de Asturias	Castellano	Cursos: Inteligencia artificial generativa como apoyo a la docencia y a la investigación. La realidad aumentada para la creación de escenarios amplificados de aprendizaje en educación superior. Creación de Asistentes de Inteligencia Artificial para la Enseñanza Universitaria y otros.				El fortalecimiento de la capacidad docente digital, orientada a un uso crítico, ético y creativo de los medios y recursos tecnológicos -Un alto nivel de participación y continuidad del profesorado en las diferentes ediciones. -La integración de la alfabetización mediática en la docencia.	La medida puede considerarse eficaz atendiendo a aspectos como: el alcance y la participación (casi mil docentes formados en tres años), lo que supone un impacto amplio dentro de la comunidad universitaria; la pertinencia de los cursos al responder a necesidades actuales de digitalización.

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años)

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	TIPO ORGANISMO / INSTITUCIÓN	NOMBRE MEDIDA	AÑO	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA
Junta de Castilla y León	AAPP autonómica	Ciclo de formación para formadores: "Contrasta con inteligencia: desinformación, bulos y deepfakes creados con IA"	2024	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 2, 3,	Castilla y León	Castellano	En este ciclo de 4 seminarios online, dirigido a formadores se aprendió a reconocer las distintas tipologías y formatos de los bulos, las motivaciones que los propician, la manera en que se difunden y los aspectos psicológicos y sociológicos que influyen en que creamos y compartamos.				Se organizaron 4 sesiones de seminarios online, ¿Cómo funciona la desinformación?,). Inteligencia Artificial y desinformación, ¿Cómo protegernos? Timos y ciberconvivencia, Da tu propio taller	Se organizaron 4 sesiones de seminarios online, a los que asistieron más de 100 formadores.
Junta de Extremadura (Reportado por Maldita)	AAPP autonómica	"Lectura desinformación, críticas: redes sociales e Internet"	Hasta 10/2025	1, 2, 5, 6,	1	Extremadura	Castellano	Formación a formadores ofrecida por el CPR Zafra				CPR de Zafra del 3 al 12 de febrero de 2025, certifica que el profesorado participante, que ha superado el 85% de asistencia en la actividad, ha logrado la adquisición de los objetivos planteados y adquirido la cualificación en los contenidos abordados en el curso.	23 profesores admitidos. Formación a profesorado de secundaria que puede replicar el curso y utilizar los materiales y herramientas obtenidos con su alumnado para la mejora de su competencia profesional.
Principado de Asturias (Reportado por Maldita)	AAPP autonómica	Laboratorio Juvenil Maldita.es: Desinformación y bulos	Hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6,	2	P. de Asturias	Castellano	KBUÑS 2025: 43 Encuentros Internacionales de Juventud de Cabueñes: foro de encuentro y debate para jóvenes, asociaciones, personal técnico y responsables de políticas de juventud.				35 jóvenes completaron la formación	Los resultados de la evaluación evidencian un impacto directo en su capacidad para identificar, analizar y cuestionar la desinformación en su vida cotidiana.
Principado de Asturias. Instituto de Administración Pública Adolfo Posada. Consejería de Presidencia, Reto Demográfico, Igualdad y Turismo.	AAPP autonómica	Netiqueta: Manual de estilo para la comunicación en redes sociales	Desde 11/2022 , 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6	1, 2, 3, 4	P. de Asturias	Castellano	Curso de teleformación para empleados públicos	No			Sin evaluar	Sin evaluar
Principado de Asturias. Instituto de Administración Pública Adolfo Posada. Consejería de Presidencia, Reto Demográfico, Igualdad y Turismo.	AAPP autonómica	Habilidades para el uso seguro y responsable de las redes sociales (Teleformación)	Desde 11/2022 , 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6	1, 2, 3	P. de Asturias	Castellano	Formación para empleados públicos	No			Sin evaluar	Sin evaluar
Principado de Asturias. Instituto de Administración Pública Adolfo Posada. Consejería de Presidencia, Reto Demográfico, Igualdad y Turismo.	AAPP autonómica	Alfabetización mediática y desinformación	Desde 11/2022 , 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6	1, 2, 3	P. de Asturias	Castellano	Acciones formativas para empleados públicos	No			Sin evaluar	Sin evaluar
Principado de Asturias. Instituto de Administración Pública Adolfo Posada. Consejería de Presidencia, Reto Demográfico, Igualdad y Turismo.	AAPP autonómica	Cómo detectar información falsa en Internet y Redes Sociales	Desde 11/2022 , 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6	1, 2, 3	P. de Asturias	Castellano	Actividades formativas para empleados públicos	No			Sin evaluar	Sin evaluar
Principado de Asturias. Instituto de Administración Pública Adolfo Posada. Consejería de Presidencia	AAPP autonómica	Estrategia de comunicación en salud: promoción de la salud desde las redes sociales y otros medios de comunicación de masas	2024	1, 2, 3, 4, 5, 6	1, 2, 3	P. de Asturias	Castellano	Actividades formativas para empleados públicos	No			Sin evaluar	Sin evaluar

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años)

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	TIPO ORGANISMO / INSTITUCIÓN	NOMBRE MEDIDA	AÑO	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA
de Presidencia, Reto Demográfico, Igualdad y Turismo.													
Principado de Asturias. Instituto de Administración Pública Adolfo Posada. Consejería de Presidencia, Reto Demográfico, Igualdad y Turismo.	AAPP autonómica	La IA en el ámbito educativo: uso y aplicación en la docencia y en la mejora de los procedimientos de la inspección educativa	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6	1, 2, 3	P. de Asturias	Castellano		No			Sin evaluar	Sin evaluar
Principado de Asturias. Instituto de Administración Pública Adolfo Posada. Consejería de Presidencia, Reto Demográfico, Igualdad y Turismo.	AAPP autonómica	Prevención de usos perjudiciales de las redes sociales más utilizadas por los menores: especial mención a Instagram y TikTok	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6	1, 2, 3	P. de Asturias	Castellano	Curso de formación	No			Sin evaluar	Sin evaluar
Principado de Asturias. Instituto de Administración Pública Adolfo Posada. Consejería de Presidencia, Reto Demográfico, Igualdad y Turismo.	AAPP autonómica	Herramientas de inteligencia artificial: Copilot y Gemini	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6	1, 2, 3	P. de Asturias	Castellano	Curso de formación	No			Sin evaluar	Sin evaluar
Principado de Asturias. Instituto de Administración Pública Adolfo Posada. Consejería de Presidencia, Reto Demográfico, Igualdad y Turismo.	AAPP autonómica	Prevención de violencia en Redes Sociales	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6	1, 2, 3	P. de Asturias	Castellano	Curso de formación	No			Sin evaluar	Sin evaluar
Universidad de Cádiz	AAPP autonómica	Cursos de Verano	Hasta 10/2025	2, 3, 4, 5,	2, 3, 4,	Andalucía	Castellano	La Desinformación como amenaza: de la seguridad nacional a la comunicación de las organizaciones; Pinocchio en la era de lo fake: los medios, la política y el derecho ante la mentira.					
Universidad de Cádiz	AAPP autonómica	Cursos de Otoño	Hasta 10/2025	2, 3, 4, 5,	2, 3, 4,	Andalucía	Castellano	Derecho y geopolítica: acceso a la justicia y tribunales en la arena internacional					
Universidad de Cádiz	AAPP autonómica	Formación para profesorado	2023, 2024, hasta 10/2025	2, 3, 4, 5,	2, 3, 4,	Andalucía	Castellano	·Curso: tú también comunicas: divulgación, difusión y comunicación en la Universidad de Cádiz. ·Congresos: XI Congreso de investigadores audiovisuales 15 y 16 de mayo de 2024					
Universidad de Cádiz	AAPP autonómica	Formación para profesorado	2023, 2024, hasta 10/2025	2, 3, 4, 5,	2, 3, 4,	Andalucía	Castellano	"El impacto de la precariedad laboral en la calidad de la información". ·Taller "Introducción a las técnicas de locución radiofónica". ·PropagaARTE (2023).					
Universidad de Cádiz	AAPP autonómica	Curso 2022-2023.	Desde 11/2022, 2023	2, 3, 4, 5,	2, 3, 4,	Andalucía	Castellano	Formación "Describe nuevas formas de luchar contra la desinformación"					
Universidad de Cádiz	AAPP autonómica	Curso 2023/2024	2023, 2024	2, 3, 4, 5,	2, 3, 4,	Andalucía	Castellano	Formación "La información sobre menores: sentido común, ética periodística, leyes... frente al negocio del "todo vale". ·Taller: "Introducción a las					

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años)

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	TIPO ORGANISMO / INSTITUCIÓN	NOMBRE MEDIDA	AÑO	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA
								técnicas de locución radiofónica". · PropagARTE.					
Universidad de Cádiz	AAPP autonómica	Curso 2022-2023	Desde 11/2022 , 2023	2, 3, 4, 5,	2, 3, 4,	Andalucía	Castellano	· Taller sobre la investigación científica en el ámbito de la comunicación digital. · Escape Room: escapa de la propaganda digital.					
Universidad de Cádiz	AAPP autonómica	Otras actividades desarrolladas por la UCC+I		2, 3, 4, 5,	2, 3, 4,	Andalucía	Castellano	II Edición Seminario sobre primeros pasos en la investigación científica en el área de comunicación".					
Universidad de Málaga	AAPP autonómica	Organización de jornadas y conferencias abiertas				Andalucía	Castellano	Simposio "Alfabetización mediática intergeneracional".					
Universidad de Málaga	AAPP autonómica	Investigación y redes	2023			Andalucía	Castellano	· Participación activa en la Red Alfamed y liderazgo en grupos como Disinformation Research UMA. · Colaboración en iniciativas como la serie educativa sobre desinformación de la Cátedra RTVE (noviembre 2023).					
Universidad de Málaga	AAPP autonómica	Formación a profesionales	2024			Andalucía	Castellano	Curso de la Universidad de Málaga "¡Reinvéntate! Educación mediática contra el desorden informaAvo" (Vedición, enero 2024),		Asociación de la Prensa de Málaga			
Universidad de Vigo (Reportado por Maldita)	AAPP autonómica	Desinformación específica sobre género para la Universidad de Vigo	Hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6,	1, 2,	Galicia	Castellano	Formación sobre narrativas desinformadoras y género. Bulos y narrativas desinformadoras de género: cómo identificarlos y evitar que se viralicen. Maldita.es y cómo trabajan los verificadores. debunking, prebunking, consecuencias desinfo de género.	No			1 formación de 2 horas sobre narrativas desinformadoras y género	Formación en términos de desinformación de género
Universidad de Vigo (Reportado por Maldita)	AAPP autonómica	Formación para estudiantes del Máster en Comunicación en Medios Sociales e Creación de Contidos Digitales (Universidad de Vigo) 19 septiembre de 2025 y 20 de septiembre de 2024	2024, hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6,	2	Galicia	Castellano	1- Desinformación 2- Cómo verificamos: metodología IFCN, EFCSN y Maldita.es 3- Cómo difundimos: formatos y estrategias 4- Narrativas desinformadoras 5- Herramientas de verificación	No			1 formación de 3 horas sobre Desinformación, ecosistema informativo y herramientas digitales	Formación a alumnos
Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU)	AAPP autonómica	V Jornadas de Innovación Educativa en Comunicación y Alfabetización Mediática	2023	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	País Vasco	Castellano, Euskera	Varias ponencias y mesas a lo largo de dos jornadas para presentar las comunicaciones realizadas por los docentes e investigadores que han participado.				https://www.ehu.eus/documents/1810927/0/UINPD259622-2.pdf/54d0b2e6-be69-44d8-ca7c-b7cd20a0e814?t=1740651148405	A través de las comunicaciones expuestas se ha podido reflexionar acerca de los siguientes temas: la inteligencia artificial como motor de innovación educativa, la humanización de la educación en tiempos digitales, la alfabetización mediática como herramienta contra la desinformación, la innovación
Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU)	AAPP autonómica	VI Jornadas de Innovación Educativa en Comunicación y Alfabetización Mediática	2024	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	País Vasco	Castellano, Euskera	Varias ponencias y mesas a lo largo de dos jornadas para presentar las comunicaciones realizadas por los docentes e investigadores que han participado.				https://www.ehu.eus/documents/1810927/0/IECAM6.pdf/7bf7da48-1cd4-6a4a-64af-27ccc3dcdaa?t=1752257142791	La VI Jornada de innovación educativa destaca la innovación pedagógica como eje central, la IA en la docencia, la alfabetización mediática y la colaboración interuniversitaria e interdisciplinar como claves para una educación adecuada. Las conclusiones cumplen los objetivos previstos.
Universidad del País Vasco/Euskal Herriko	AAPP autonómica	VII Jornadas de Innovación Educativa en Comunicación y Alfabetización Mediática	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	País Vasco	Castellano, Euskera	Varias ponencias y mesas a lo largo de dos jornadas para presentar las comunicaciones realizadas por los				El libro de comunicaciones aun no ha sido publicado.	Se han abordado cuestiones sobre la fomentación del pensamiento crítico y la desinformación analizando estudios

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años)

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	TIPO ORGANISMO / INSTITUCIÓN	NOMBRE MEDIDA	AÑO	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA
Unibertsitatea (UPV/EHU)								docentes e investigadores que han participado.					que exploran la enseñanza multimedia y el uso de la inteligencia artificial generativa en la educación a través de 41 comunicaciones.
Universidad Rey Juan Carlos (Reportado por Maldita)	AAPP autonómica	Interuniversitarios Comunidad de Madrid - Universidad Mayores URJC	2024	1, 2, 4, 5, 6,	3	C. de Madrid	Castellano	Formación MANTENERSE SEGURO EN INTERNET: DETECTAR LAS ESTAFAS Y LA DESINFORMACIÓN	No	URJC		30 participantes	Familiarizarse con la cuestión, recibir los materiales y herramientas básicas para ser capaces de reconocerlos y que no se la cuelen.
Xunta de Galicia (Reportado por Maldita)	AAPP autonómica	Formación para docentes en el Centro de Formación del profesorado (CFR) A Coruña (Encuentro Internacional Erasmus+ Coruña 2025)	Hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6,	1, 2, 3,	Galicia	Castellano	Conferencia Pensamiento crítico, desinformación y cómo buscar información fiable	No			Infoxicación y desinformación. Pensamiento crítico. Cómo activarlo Sesgos y la arquitectura de la desinformación DSA (Ley de Servicios Digitales de la Unión Europea) y desinformación Manual para luchar contra los bulos	1 formación de 1,5 horas sobre Pensamiento crítico, desinformación y cómo buscar información fiable
ACPP y Maldita.es	Organización sin ánimo de lucro	Propuesta formativa para luchar contra desinformación y los discursos de odio en redes sociales	2024	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 4,	Andalucía	Castellano	Acciones formativas para jóvenes y docentes de alfabetización mediática y lucha contra los discursos de odio en redes sociales				50 niños y niñas participantes en actividades formativas de alfabetización mediática, un campamento con talleres participativos y creación de contenidos para luchar contra la desinformación para redes sociales 20 docentes formados	Desarrollo de pensamiento crítico y capacidades mediáticas
Alfa-Media	Organización sin ánimo de lucro	Promoción de la AMI	Desde 11/2022 , 2023, 2024, hasta 10/2025	Otro: Activar la reflexión sobre los derechos digitales, la desinformación y la alfabetización mediática e informacional interaccionando con los distintos actores concernidos para potenciar la presencia de la AMI en la agenda pública, por medio de la presencia de sus representantes en eventos organizados por entidades de diversa índole (universidades, asociaciones, fundaciones...), foros, o publicaciones cualificadas de referencia.	3	Estatal	Castellano	Seminarios propios y de terceros relativos a la AMI / Publicación en medios de referencia / Actividad en redes sociales / Colaboración con agentes concernidos	No	Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública / CNMC / UNESCO /Universidades / Fundación Atresmedia / Instituto Hermes / AUC / IC Media / CLABE / Fundación Gaspar Casal / EFE Verifica / Fundación Comunicando Futuro – Alejandro Echevarría/ Observatorio de Medios		Incremento significativo del concepto AMI en la agenda pública	
APM Madrid (Reportado por Maldita)	Organización sin ánimo de lucro	Formación para periodistas en desinformación y herramientas de verificación	2024	1, 2, 4, 5, 6,	1	C. de Madrid	Castellano	Formación para periodistas con un carácter práctico, con la explicación de herramientas y ejemplos reales para				40 periodistas formadas en alfabetización mediática, herramientas	Mejora de las competencias mediáticas y críticas. Prebunking para la prevención de la propagación de la desinformación

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años)

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	TIPO ORGANISMO / INSTITUCIÓN	NOMBRE MEDIDA	AÑO	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA
								aprender a identificar y desmontar la desinformación desde las redacciones y a trabajar en el periodismo de datos, el fact-checking político y la transparencia.				de verificación, metodología de fact checking y pensamiento crítico.	
Asociación Cultura, Educación e Innovación Social (ACEIS)	Organización sin ánimo de lucro	Programa de Cineclubs escolares Aulafilm de Soria	Desde 11/2022 , 2023, 2023, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6, otro: "Romper las barreras de acceso a la diversidad de la cultura cinematográfica acompañando a los centros en el desarrollo de un proyecto de alfabetización audiovisual de centro; mejorar el conocimiento del lenguaje audiovisual desde la educación obligatoria en España; despertar la sensibilidad artística, la creatividad y la capacidad de apreciación del cine como expresión cultural y patrimonio; desarrollar en el alumnado la empatía y promover una mayor cohesión social desde la escuela a través de la participación cultural."	1, 2, 3, 4,	Castilla y León, Estatal	Castellano	Formación del profesorado para la puesta en marcha del cineclub escolar, - Programación de matinales en cines en horario lectivo con dinamización educativa - Programación de actividades de apreciación cinematográfica en el propio centro escolar. - Elaboración de guías didácticas	No	Ayuntamiento de Soria		Desde su puesta en marcha en el año 2022 y hasta el año 2025 han participado más de 2.600 estudiantes de la ciudad de Soria.	Altas valoraciones del profesorado participante al brindar durante todo el curso escolar conocimiento especializado, asesoramiento, herramientas y metodología a los centros que desean implementar de forma estable y en horario lectivo un proyecto de centro dedicado a la alfabetización audiovisual.
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Organización sin ánimo de lucro	Machismo y Publicidad; los estereotipos de género se resisten al cambio	Desde 11/2022	1, 2, 5,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Actividad en redes sociales. Colaboración con los agentes concernidos.	Sí			Distribución superior a los 30.000 contactos. Difusión en las redes sociales y en la página web de la asociación.	Distribución superior a los 30.000 contactos. Difusión en las redes sociales y en la página web de la asociación.
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Organización sin ánimo de lucro	El CBD ¿Nueva panacea curalotodo?	Desde 11/2022	1, 2, 5,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Actividad en redes sociales. Colaboración con los agentes concernidos.	Sí			Distribución superior a los 30.000 contactos. Difusión en las redes sociales y en la página web de la asociación.	Distribución superior a los 30.000 contactos. Difusión en las redes sociales y en la página web de la asociación.
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Organización sin ánimo de lucro	Combatir el sexismo en los contenidos audiovisuales, redes sociales e influencers	Desde 11/2022	1, 2, 5,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Actividad en redes sociales. Colaboración con los agentes concernidos.	Sí			Distribución superior a los 30.000 contactos. Difusión en las redes sociales y en la página web de la asociación.	Distribución superior a los 30.000 contactos. Difusión en las redes sociales y en la página web de la asociación.
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Organización sin ánimo de lucro	La protección de los menores ante las comunicaciones comerciales de alimentos y bebidas (I).	2023	1, 2, 5,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Actividad en redes sociales. Colaboración con los agentes concernidos.	Sí			Distribución superior a los 30.000 contactos. Difusión en las redes sociales y en la página web de la asociación.	Distribución superior a los 30.000 contactos. Difusión en las redes sociales y en la página web de la asociación.
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Organización sin ánimo de lucro	La protección de los menores ante las comunicaciones comerciales de alimentos y bebidas (II).	2023	1, 2, 5,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Actividad en redes sociales. Colaboración con los agentes concernidos.	Sí			Distribución superior a los 30.000 contactos. Difusión en las redes sociales y en la página web de la asociación.	Distribución superior a los 30.000 contactos. Difusión en las redes sociales y en la página web de la asociación.
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Organización sin ánimo de lucro	Estereotipos sexistas en el sector de la moda (I).	2023	1, 2, 5,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Actividad en redes sociales. Colaboración con los agentes concernidos.	Sí			Distribución superior a los 30.000 contactos. Difusión en las redes sociales y en la página web de la asociación.	Distribución superior a los 30.000 contactos. Difusión en las redes sociales y en la página web de la asociación.
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Organización sin ánimo de lucro	Estereotipos sexistas en el sector de la moda (II).	2023	1, 2, 5,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Actividad en redes sociales. Colaboración con los agentes concernidos.	Sí			Distribución superior a los 30.000 contactos. Difusión en las redes sociales y en la página web de la asociación.	Distribución superior a los 30.000 contactos. Difusión en las redes sociales y en la página web de la asociación.
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Organización sin ánimo de lucro	Las bebidas energéticas y su regulación en España	2024	1, 2, 5,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Actividad en redes sociales. Colaboración con los agentes concernidos.	Sí			Distribución superior a los 30.000 contactos. Difusión en las redes sociales y en la página web de la asociación.	Distribución superior a los 30.000 contactos. Difusión en las redes sociales y en la página web de la asociación.
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Organización sin ánimo de lucro	Estereotipos de género entre los menores. Publicidad tradicional Vs influencers	2024	1, 2, 5,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Actividad en redes sociales. Colaboración con los agentes concernidos.	Sí			Distribución superior a los 30.000 contactos. Difusión en las redes sociales y en la página web de la asociación.	Distribución superior a los 30.000 contactos. Difusión en las redes sociales y en la página web de la asociación.
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Organización sin ánimo de lucro	Proteger a la infancia y la juventud ante la publicidad de los influencers. La normativa en España.	2024	1, 2, 5,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Actividad en redes sociales. Colaboración con los agentes concernidos.	Sí			Distribución superior a los 30.000 contactos. Difusión en las redes sociales y en la página web de la asociación.	Distribución superior a los 30.000 contactos. Difusión en las redes sociales y en la página web de la asociación.
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Organización sin ánimo de lucro	Proteger a la infancia y la juventud ante la publicidad	2024	1, 2, 5,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Actividad en redes sociales. Colaboración con los agentes concernidos.	Sí			Distribución superior a los 30.000 contactos. Difusión en las redes	Distribución superior a los 30.000 contactos. Difusión en las redes

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años)

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	TIPO ORGANISMO / INSTITUCIÓN	NOMBRE MEDIDA	AÑO	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA
		de los influencers. Tendencias en Europa										sociales y en la página web de la asociación.	sociales y en la página web de la asociación.
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Organización sin ánimo de lucro	Buenas prácticas para evitar el sexismo en las comunicaciones comerciales	2024	1, 2, 5,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Actividad en redes sociales. Colaboración con los agentes concernidos.	Sí			Difusión en las redes sociales y en la página web de la asociación.	Pendiente de evaluación.
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Organización sin ánimo de lucro	Evitando el ecoengaño en las comunicaciones comerciales	Hasta 10/2025	1, 2, 5,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Actividad en redes sociales. Colaboración con los agentes concernidos.	Sí			Difusión en las redes sociales y en la página web de la asociación.	Pendiente de evaluar.
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Organización sin ánimo de lucro	Diseño y prueba de una aplicación de autoetiquetado (calificación de contenidos/descriptores) para creadores de contenidos y usuarios	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 5,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Actividad en redes sociales. Colaboración con los agentes concernidos.	Sí			Difusión en las redes sociales y en la página web de la asociación.	Más de 100.000 contactos. 400 interesados. Pendiente de valoración final.
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Organización sin ánimo de lucro	Elaboración de una guía de autoetiquetado (calificación de contenidos/descriptores) para creadores de contenidos	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 5,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Actividad en redes sociales. Colaboración con los agentes concernidos.	Sí			Difusión en las redes sociales y en la página web de la asociación.	Más de 100.000 contactos. 400 interesados. Pendiente de valoración final.
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Organización sin ánimo de lucro	Elaboración de una guía de autoetiquetado (calificación de contenidos/descriptores) para creadores de contenidos	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 5,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Actividad en redes sociales. Colaboración con los agentes concernidos.	Sí			Difusión en las redes sociales y en la página web de la asociación.	Más de 100.000 contactos. 400 interesados. Pendiente de valoración final.
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Organización sin ánimo de lucro	Elaboración de un tutorial de autoetiquetado (calificación de contenidos/descriptores) para usuarios	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 5,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Actividad en redes sociales. Colaboración con los agentes concernidos.	Sí			Difusión en las redes sociales y en la página web de la asociación.	Más de 100.000 contactos. 400 interesados. Pendiente de valoración final.
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Organización sin ánimo de lucro	Elaboración de un tutorial de autoetiquetado (calificación de contenidos/descriptores) para creadores de contenidos	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 5,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Actividad en redes sociales. Colaboración con los agentes concernidos.	Sí			Difusión en las redes sociales y en la página web de la asociación.	Más de 100.000 contactos. 400 interesados. Pendiente de valoración final.
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Organización sin ánimo de lucro	RESTRINGIDA	2023, 2024	1, 2, 5,	2	Estatal	Castellano	Actividad en redes sociales. Colaboración con los agentes concernidos.	Sí			Difusión en las redes sociales y en la página web de la asociación.	Pendiente de evaluación.
Associació Cultural Modiband	Organización sin ánimo de lucro	Mi Primer Festival de Cine	Desde 11/2022, hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6, otro: "Dar a conocer un cine con valores, películas que hagan pensar, muchas sobre otras realidades del mundo, para que los más jóvenes (de 2 a 12 años) puedan entender mejor el mundo que les rodea, y desarrollar una mente analítica y crítica."	4	Catalunya, C. de Madrid, Castilla y León, Aragón, C. F. de Navarra	Castellano, Catalán,	Mi Primer Festival es un festival internacional de cine para niños y niñas entre 2 y 12 años. Permite descubrir un cine singular, inédito y de todo el mundo a través de programas de cortos, largometrajes y actividades complementarias para familias, colegios y profesionales.	No	Ayto. de Barcelona, G. de Catalunya, Ayuntamiento de Madrid, ICAA, Comunidad de Madrid, Acció>Cinema, Catalunya Film Festivals, Filmoteca de Catalunya, Instituto Francés, European Children Film, UC3M, Condeduque, El Periódico.	El festival tiene lugar principalmente en Barcelona y en Madrid, y en gira en algunas otras localidades de la geografía española. Los resultados de público de los 3 últimos años han sido: 2022: 33.8013; 2023: 39.692; 2024: 45.748.	La selección de películas se basa sobre criterios claros: capacidad de alfabetización audiovisual, cine con valores, propuestas que hacen reflexionar sobre nuestro entorno cercano o más lejano. Las cifras de asistencia al festival, en constante crecimiento, dan fe del impacto real del festival.	
Barriometrajes	Organización sin ánimo de lucro	Baobab	2024, hasta 10/2025	3	2	C. de Madrid	Castellano	Se realizaron talleres de lenguaje audiovisual con jóvenes migrantes africanos del programa Baobab, culminando en el rodaje colaborativo de un	No	Open value; Pueblos Unidos		Los jóvenes crearon un documental que retrata sus primeros pasos en España, compartiendo sus sueños, dificultades y vivencias en la comunidad de acogida.	El taller proporcionó a los jóvenes migrantes una herramienta de expresión y memoria para visibilizar su experiencia, fortaleciendo su voz y capacidad narrativa.

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años)

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	TIPO ORGANISMO / INSTITUCIÓN	NOMBRE MEDIDA	AÑO	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA
Barriometrages	Organización sin ánimo de lucro	Herramientas móviles para la transformación social	2024, hasta 10/2025	2, 3	4	C. de Madrid	Castellano	cortometraje documental sobre su experiencia en España.		Prodiversa; Espacio Geranios; Centro de Formación Profesional Padre Piquer; Ayuntamiento de Madrid		Los alumnos produjeron minidocumentales sobre cuidados, igualdad y multiculturalidad, aplicando competencias de alfabetización audiovisual mientras establecían conexión directa con el tejido social de su entorno.	El taller fortaleció las habilidades de alfabetización mediática de los estudiantes y su pensamiento crítico, vinculando el aprendizaje audiovisual con la reflexión sobre problemáticas sociales y el conocimiento de su comunidad.
Cines Zoco Majadahonda	Organización sin ánimo de lucro	Comisión Educación Cines Zoco Majadahonda	Desde 11/2022	1, 2, 4, 5	1, 2, 3, 4	C. de Madrid	Castellano ; Inglés; Francés; Alemán;	Pases de películas en la sala de cine con posterior coloquio y sin coloquio. Para todas las etapas educativas: Infantil, primaria, secundaria, bachillerato, formación profesional, escuelas oficiales de idiomas y escuelas de adultos.	Sí	Instituto Francés de Madrid y el Goethe-Institut alemán	30.000 €	Entre 3.000 y 3.500 alumnos vienen todos los años a cines Zoco Majadahonda. Esta formación se lleva desarrollando desde 2014	Formación de espectadores desde edades tempranas. Estudio de idiomas. Formación en diferentes especialidades para los alumnos. Formación crítica y en valores, etc
Colectivo Universitarios Activos - CUAC	Organización sin ánimo de lucro	I Congreso Internacional de Alfabetización Mediática en Medios de Comunicación	Desde 11/2022	1, 2, 4, 5, 6	1, 2	Galicia	Gallego		Universidad de A Coruña			Dotar a las personas de las habilidades para producir y difundir sus propios mensajes, permitiendo la autoexpresión y la participación activa en el diálogo crítico.	El grado de eficacia es satisfactoria, en la medida en que las implementaciones de estos conocimientos mejoraron la calidad y fiabilidad de nuestros contenidos.
Cruz Roja Española (ámbito Andalucía)	Organización sin ánimo de lucro	Programa Clik A 2022-2025	Desde 11/2022 , 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Andalucía	Castellano	El proyecto Click_A ha desarrollado una amplia variedad de actividades formativas, talleres, sesiones informativas y acciones de sensibilización en toda Andalucía, dirigidas a personas vulnerables digitales, menores, familias, mayores y voluntariado, trabajándose competencias digitales clave	No	RAEMAV (del Consejo Audiovisual de Andalucía). Colaboración en proyecto D-INCLUSION y E-MENTORES.		Distribución por grupos de edad (% del total de participantes) •30-64 años: 48.03% •65+ años: 32.65% •18-29 años: 15.33% •Menores de 18 años: 3.85%	La medida ha demostrado una alta eficacia en términos de alcance, impacto y replicabilidad, aunque resulta complicado segmentar en contenidos exclusivamente de alfabetización mediática, ya que el enfoque es transversal. Excluyendo acciones específicas de trámites online: Más de 25.000 beneficiarios
Federación de Asociaciones para la calidad de los Medios (ICMEDIA)	Organización sin ánimo de lucro	Protección de los derechos de la infancia y adolescencia en el entorno digital: Alfabetización Mediática y Bienestar Emocional	Hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6,	2, 4,	Estatal	Castellano	Talleres a Primaria, Eso y Bto, Familias e Influencers: Influencia Responsable Publicación El libro para aprender lo que no hay que aprender. Recursos digitales para familias y docentes Código clasificación de contenidos sonoros. Libro Blanco de la Influencia Responsable y herramienta Thinkfluencer.	Sí	Universidad Rey Juan Carlos Universidad Nebrija Universidad Francisco de Vitoria Universidad de Navarra CONESE WANABI	140.000 €	3500 estudiantes de Primaria y 600 de E.S.O y Bto formados . 6 talleres a familias. 1 taller especializado para 30 jóvenes influencers. Publicación de 50 ejemplares "Libro para aprender lo que no hay que aprender". Recursos audiovisuales educativos: 2 para docentes 1 para familias LB y Thinkfluencers	La medida ha demostrado alta eficacia al fortalecer la alfabetización mediática de menores, familias, docentes e influencers, promoviendo pensamiento crítico, uso responsable de redes y bienestar digital me.
Fundación Academia de Cine	Organización sin ánimo de lucro	Trascámaras - Programa educativo de la Academia de Cine	2024, hasta 10/2025	2	4	Estatal, C. de Madrid	Castellano	La iniciativa combina proyecciones de películas y dinámicas educativas sobre duplas de oficios del cine, con actividades artísticas que contextualizan las obras y favorecen el diálogo. Además, se elaboran guías educativas para continuar el trabajo en el aula.	No			Con dos ediciones, más de 2.000 estudiantes asistieron a 16 sesiones trabajando diferentes oficios y contando con 19 invitados. El programa conectó con centros diversos y aportando un enfoque dinámico y riguroso al aprendizaje.	El programa ha ampliado la visión del cine como arte colectivo, mejorado la apreciación narrativa y estética del alumnado, despertado interés por los distintos oficios del cine y fomentado el reconocimiento del talento artístico y técnico del cine español.

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años)

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	TIPO ORGANISMO / INSTITUCIÓN	NOMBRE MEDIDA	AÑO	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	
Fundación Cibervoluntarios	Organización sin ánimo de lucro	Verifica2	Desde 11/2022	1, 2, 5, 6,	2, 4,	Estatal	Castellano, Euskera, Valenciano	Talleres formativos teórico-prácticos gratuitos presenciales/online, dirigidos a jóvenes de 14 años. -18 años, en especial a aquellos en situación de vulnerabilidad digital, para fomentar su pensamiento crítico y la verificación de la información, impartidos por cibervoluntarios/as en centros educativos	No	Verifica2 nació en 2021 de la colaboración con Newtral. Educación, y se ejecuta con recursos propios, con apoyo de entidades colaboradoras (centros educativos) y de personas cibervoluntarias de la Fundación, para convocatoria, ejecución y difusión, para así llegar a jóvenes en toda España			Se ha creado y actualizado metodología y recursos formativos para talleres de 1h, y se han formado más de 4.800 jóvenes entre 14-18 años, a través de más de 400 centros educativos de todas las regiones, creando una comunidad de agentes activos verificadores concienciados.	La medida es eficaz en cuanto sigue teniendo demanda, cada vez más. Se recogen cuestionarios de calidad de entidades y cibers, que ayudan a mejorar el programa, siendo positivos mayoritariamente. Se realizan talleres piloto para garantizar la calidad de los recursos y la metodología.
Fundación Cibervoluntarios	Organización sin ánimo de lucro	Campamento Digital	2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 5, 6,	4	Estatal	Castellano, Catalán, Euskera	Talleres gratuitos de hasta 30 horas presenciales y hasta 60 más online, que incluye varios módulos sobre alfabetización mediática, pensamiento crítico, identificación de fake news, verificación de fuentes y medios y búsqueda segura de información fiable. Los recursos se segmentan por edades.	Iniciativa organizada por F. Cibervoluntarios dentro del Programa CODI del Ministerio de Juventud e Infancia, financiado por la UE-Next Generation EU. Colaboración con más de 1000 centros educativos y entidades de infancia y juventud en España.			Hasta agosto de 2025, participaron presencialmente más de 100.000 niños, niñas y jóvenes de más de 1.711 localidades de toda España, el 21,04% de todos los municipios de España. El 35,59% se realizó en poblaciones menores de 20.000 habitantes y el 17,62% en poblaciones menores de 5.000 habitantes	Está previsto un estudio con 4000+ menores de 9-17 años en España, que evalúa el impacto de Campamento Digital en el aprendizaje inmediato y a largo plazo y la evolución en su percepción y uso de las TIC. Además, se hace una evaluación cualitativa con grupos de discusión y talleres de co-creación	
Fundación Cibervoluntarios	Organización sin ánimo de lucro	Smartvote	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6,	2	Estatal	Castellano, Inglés, Portugués	Desarrollo de recursos de alfabetización mediática enfocados a jóvenes en edad de votar, y jóvenes periodistas en España y Portugal; testeo en talleres para capacitar a estos jóvenes; Desarrollo de una herramienta IA para identificar patrones en la difusión de la desinformación. FakeNewsLabs	Proyecto de ámbito ibérico coordinado por Fundación Cibervoluntarios en colaboración con la U. Carlos III de Madrid (UC3M), U. Politécnica de Madrid (UPM), Centro Protocolar de Formação			Proyecto en desarrollo (2025-2026); publicado estudio sobre la desinformación en RRSS durante elecciones; objetivos: capacitar a 700 jóvenes votantes y periodistas en España y Portugal, con pilotos y testeo (70 personas); hacer 2 fakenewslab con 50 estudiantes de periodismo; Difusión a 300k personas	Durante el proyecto se están llevando a cabo focus group para cocreación de materiales y de la IA, testeos piloto previos y posteriores, y recogida de cuestionarios de calidad y evaluación de la formación, además de un estudio con enfoque en el proyecto, ya publicado. Finaliza en 2026	

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años)

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	TIPO ORGANISMO / INSTITUCIÓN	NOMBRE MEDIDA	AÑO	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA
									Profissional para Jornalistas (Portugal), OberCom (Portugal) y CLABE.				
Fundación Cibervoluntarios	Organización sin ánimo de lucro	DoCHECK! Combatiendo la desinformación a través de la tecnología y la educación no formal	Desde 11/2022 , 2023, 2024	1, 2, 3, 4, 5, 6,	2, 4,	Estatal	Castellano , Francés, Griego, Inglés, Italiano	Desarrollo de recursos formativos para prevención de la desinformación, tanto para formaciones guiadas como para autoformación online; fakenewslab y focus group; testeo en talleres y un MOOC, participación de 600+ jóvenes; buenas prácticas y recomendaciones; video-experiencias de participantes.	Proyecto cofinanciado por la CE, programa Erasmus+, coordinado por Cibervoluntarios, en colaboración con Newtral Educación, 2 entidades de juventud de Italia y 2 escuelas de Bélgica y Grecia. Se ha colaborado con otros centros educativos y entidades en los focus groups, testeos y en el MOOC.			Se han creado metodología y REA en 5 idiomas para prevenir la desinformación, que se han testado con más de 600 jóvenes de 14-18 años a través de escuelas y entidades, convirtiéndose en agentes activos para combatir la desinformación. Se han redactado recomendaciones para creadores de políticas.	Para garantizar la calidad y usabilidad de la metodología y recursos, se realizaron fakenewslab, focus groups, talleres piloto y un MOOC, con más de 600 jóvenes de 4 países. Esto ha permitido redactar un plan de sostenibilidad y explotación con recomendaciones a creadores de políticas adaptado.
Fundación de la Escuela de Cinematografía y del Audiovisual de la Comunidad de Madrid (ECAM)	Organización sin ánimo de lucro	Medida de alfabetización mediática incluidas en el currículum académico	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 4,	C. de Madrid	Castellano	ÓRBITA CINE, programa de innovación educativa que emplea el cine como herramienta de enseñanza interdisciplinar, ofrece itinerarios pedagógicos, dinámicas, recursos y formación al profesorado a través de una plataforma en línea	Sí	Consejería de Cultura y Deporte, la Consejería de Educación, EGEDA, Aulafilm, Ministerio para la Transición Ecológica, Platino Educa, Festivales de cine: Sevilla, Málaga, CiBRA, Gijón, ALCINE, Clipmetrajes o Abycine	60.000,00 €	Órbita Cine ha introducido la alfabetización mediática en los planes de estudios oficiales de 42 centros de secundaria de la Comunidad de Madrid de forma transversal a varias áreas de conocimiento y en diferentes niveles educativos de secundaria y bachillerato.	El programa lleva tres convocatorias y todos los centros han repetido al demostrar su eficacia en la introducción de la alfabetización mediática y audiovisual para profesores y formadores (más de 400 docentes) y su alumnado (más de 12.000 jóvenes) dentro del marco curricular.
Fundación Luca de Tena	Organización sin ánimo de lucro	Programa de alfabetización mediática para niños y jóvenes	2024, hasta 10/2025	1,2,4,5,6,7 *Recursos para padres, profesores y estudiantes de centros escolares	1,2,4	Estatal	Castellano	Impulso de la web www.educacionmediatica.org / Participación en el programa Voces del aula de la Comunidad de Madrid para formar docentes en temas de alfabetización mediática en 2024 y 2025. / Creación de un consejo rector sobre alfabetización mediática.	No	Convenio con Endesa. Colaboración con la Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid.		Formación de 30 profesores de educación primaria en temas de verificación y alfabetización mediática.	No se ha medido su eficacia.

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años)

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	TIPO ORGANISMO / INSTITUCIÓN	NOMBRE MEDIDA	AÑO	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA
Fundación Maldita.es	Organización sin ánimo de lucro	El laberinto de la información	2024, hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6,	4	Estatal	Castellano, Catalán	Formaciones presenciales en escuelas primarias, charlas puntuales con escuelas de primaria, conferencia para familias y profesorado en Caixa Forum Valencia.	No	Fundación La Caixa y Verificat		A mediados de marzo de 2025, el Laberinto de la información Genially (versiones castellano y catalán) acumuló 13.300 visitas y +275.000 interacciones. La interacción sostenida fuera de campañas sugiere un uso regular y propagación boca a boca entre docentes.	Consideramos oportuno reforzar el conocimiento de la herramienta entre docentes y familias para multiplicar este efecto.
Fundación Maldita.es	Organización sin ánimo de lucro	Training on Disinformation for a Just Transition in the Built Environment (Formación sobre desinformación para una transición justa en el entorno construido)	Hasta 10/2025	1, 6	1	Estatal	Inglés	Taller sobre la desinformación relacionada con el clima y la construcción en línea (50 personas) dirigido a responsables de comunicación e incidencia política de organizaciones de la sociedad civil que forman parte de la red Climate Action Network (CAN) Europe.	No	Climate Action Network (CAN) Europe		El taller permitió que los participantes comprendieran en profundidad los mecanismos de propagación de la desinformación climática y su impacto en la opinión pública. Las personas asistentes identificaron sesgos cognitivos comunes y aprendieron a reconocer tácticas de manipulación frecuentes en rss.	La sesión logró generar conciencia sobre la importancia de una comunicación basada en evidencias y fortaleció la capacidad de respuesta de las organizaciones frente a la desinformación climática en el entorno digital.
Fundación Maldita.es	Organización sin ánimo de lucro	Curso para creadores de contenido para combatir la desinformación durante eventos climáticos extremos	Hasta 10/2025	3	1, 2,	Estatal	Castellano	Curso virtual de 8 horas de formación (formato síncrono)	No	Global Strategic Communications Council		10 creadores de contenido cuentan con herramientas para crear material audiovisual sobre información climática con fuentes fiables y son capaces de entender cómo funciona la desinformación y qué hacer para no amplificarla. Han fortalecido capacidades para verificar información, identificar narrativa	sensibilizar y capacitar a un grupo de influencers con alto potencial de alcance en redes sociales, promoviendo buenas prácticas de comunicación y uso de fuentes verificadas.
Fundación Maldita.es	Organización sin ánimo de lucro	Cómo abordar la desinformación y los bulos que afectan a las entidades sociales	Hasta 10/2025	6, otro: "Cómo actuar ante la desinformación y herramientas reguladoras en Europa (DSA)"	1	Estatal	Castellano	Curso formativo sobre narrativas desinformadoras sobre el Tercer Sector y estrategias de comunicación para la gestión de crisis ante la desinformación	No	Plataforma del Tercer Sector		permitió que las y los profesionales de las entidades sociales participantes adquirieran conocimientos y herramientas prácticas para identificar, analizar y responder ante narrativas desinformadoras que afectan al Tercer Sector.	Las personas participantes manifestaron un alto nivel de satisfacción con los contenidos y varios de ellos se comunicaron posteriormente para profundizar y replicar el proceso en formato de conferencia.
Fundación Maldita.es	Organización sin ánimo de lucro	Desinformación específica en el entorno LGTBIQ+ para Fundación 26 de diciembre	Hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6,	3	C. de Madrid	Castellano		No			4 formaciones realizadas sobre desinformación para personas mayores. Desinformación específica para mayores. Uso del chatbot de Maldita Timos en internet. Cómo reconocerlos y cómo protegerse. Desinformación específica en el entorno LGTBIQ+. Cómo funciona la desinformación en la era digital.	60 personas formadas
Fundación Maldita.es	Organización sin ánimo de lucro	Level up Levelling Up Media Literacy Education for Older Europeans through Gamification	2024, hasta 10/2025	1, 2, 5, 6,	3	Estatal	Castellano, Inglés, Checo, Búlgaro	Focus group con personas mayores para validar el video juego desarrollado.	Help Age International España (España), Media Literacy Coalition (Bulgaria), Universidad Complutense (España), Transitions			Desarrollo de 5 módulos formativos. Creación de infografías, creación de un videojuego, creación de página web y guía didáctica.	Llegarán a más de 350 personas mayores de 60 años en los tres países participantes, además de involucrar a más de 150 profesionales que trabajan con personas mayores a través de una serie de talleres para formadores.

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años)

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	TIPO ORGANISMO / INSTITUCIÓN	NOMBRE MEDIDA	AÑO	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA
									(República Checa)				
Fundación Maldita.es	Organización sin ánimo de lucro	Jornada juventud antibulera	2024	1, 2, 3, 4, 5, 6,	2	Estatal	Castellano	Jornada intensiva para trabajar alfabetización mediática y herramientas de verificación			80 jóvenes formados	Mejora de las competencias mediáticas y aprendizaje de herramientas de verificación	
Fundación Telefónica (Reportado por Maldita)	Organización sin ánimo de lucro	Talleres Alfabetización Mediática para la Fundación Telefónica	2023	1, 2, 4, 5, 6,	1, 3, 4,	C. de Madrid	Castellano	Programación de talleres dirigidos a jóvenes, docentes y mayores para abordar los fundamentos de la desinformación, las principales herramientas para combatir los bulos y se ofrecen ejemplos prácticos.			110 participantes en los cursos en total	Prebunking. Mejora de las capacidades críticas de los y las participantes.	
Oxfam (Reportado por Maldita)	Organización sin ánimo de lucro	La fábrica de bulos	Desde 11/2022 , 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 5, 6,	2, 4,	Estatal	Castellano	El escape room virtual La fábrica de bulos es un juego educativo, es decir, además del componente lúdico inherente a estas actividades incorpora un componente educativo ya que los participantes aprenderán a identificar la desinformación y el discurso de odio contra la población migrante.	No			La fábrica de bulos está disponible de forma gratuita en el enlace https://escaperoom.maldita.es/ , tiene una duración de 45 minutos y está disponible en tres idiomas: castellano, inglés e italiano.	Más de 400 envíos de la guía didáctica a profesorado
Plataforma de la Infancia y Maldita.es	Organización sin ánimo de lucro	Campamento Juventud Antibulera	2023	1, 2, 3, 4, 5, 6,	4	Estatal	Castellano	Fomación online y campamento presencial con jóvenes para trabajar alfabetización mediática y desinformación.				60 PARTICIPANTES de diferentes comunidades autónomas, grabación de contenidos de redes sociales para luchar contra la desinformación, realización de 3 directos de twitch para entrevistar a autoridades europeas sobre cuestiones de desinformación por parte de los jóvenes	Prebunking. Mejora de las capacidades críticas de los y las participantes.
Red ACOGE (Reportado por Maldita)	Organización sin ánimo de lucro	Cómo detectar y afrontar la desinformación sobre personas migrantes.	2024	1, 2, 4, 6,	1	C. de Madrid	Castellano	Formación a formadores a impartir en dos sesiones online, de 120 minutos de duración cada una, para 20 personas con la RED ACOGE				Formación a profesionales que trabajan con juventud migrante y dándoles recursos didácticos para que ellos puedan dar la formación a los jóvenes y que luchen contra el discurso de odio y los bulos de migración.	
Secretariado Gitano (Reportado por Maldita)	Organización sin ánimo de lucro	Realización del servicio de creación y digitalización de contenidos de e-learning de alfabetización mediática	Desde 11/2022 , 2023	1, 2, 6,	4	Estatal	Castellano	Desarrollo de materiales y formaciones: "Descubre Internet como fuente de información", "Maneja internet como fuente de información", "Que no te engañen en internet", "Mantén tu ordenador protegido".				Materiales y contenidos elaborados y entrega a los formadores los materiales para el aula. Formación de alfabetización mediática y digital de elearning diseñada para niños y niñas gitanas. Los contenidos son usados en un campus online y acompañados de trabajo guiado por profesionales de la educación	Mejorar la alfabetización digital de los estudiantes, fomentando el pensamiento crítico y el uso seguro de los dispositivos y recursos digitales.
Unión de Televisores Comerciales, UTECA	Organización sin ánimo de lucro	Jornada Anual UTECA	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6	1, 2, 3	Estatal	Castellano	Celebración de Mesas Redondas participativas y generación de debates dinámicos e ilustrativos con participantes de distintos medios, que aportan diversidad de enfoques ante los bloques básicos a tratar: 1.La regulación 2.El valor de la información 3.Creación, detención y desactivación Etc..	No	Asociados de UTECA y otras asociaciones de medios		Noticias en los distintos medios: Televisión – Emisión de la noticia en Informativos, Prensa escrita/Prensa digital, Radio y Redes Sociales Publicación de la Nota de prensa en los distintos medios	https://uteca.tv/cani-fernandez-presidenta-de-la-cnmc-hay-un-clamor-social-por-el-acceso-de-los-menores-a-contenidos-que-puedan-afectar-a-su-desarrollo-fisico-emocional-neuronal-y-moral

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años)

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	TIPO ORGANISMO / INSTITUCIÓN	NOMBRE MEDIDA	AÑO	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA
Unión de Televisores Comerciales, UTECA	Organización sin ánimo de lucro	Campaña publicitaria UTECA 2023	2023	2, 5, 6	1, 2, 3, 4	Estatal	Castellano	UTECA, AMI y AERC lanzan una campaña sobre el valor del periodismo contra los bulos UTECA, AERC y AMI han lanzado una campaña conjunta para reivindicar el papel clave del periodismo frente a los bulos y falsedades que se extienden masivamente, especialmente por redes sociales	No	AMI y AERC		Mas de 300 GRP's, más de 50% de la población alcanzada entre el total de medios (Agosto-Noviembre 2023)	Notoriedad
Unión de Televisores Comerciales, UTECA	Organización sin ánimo de lucro	Barómetro UTECA	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6	1, 2, 3, 4	Estatal	Castellano	Estudio sobre grandes áreas temáticas: Información, Publicidad, Educación, Entretenimiento y Responsabilidad Social. A su vez se abordan cuestiones específicas como las fake news, el control de los contenidos en los medios o la gratuidad de la Televisión	No	SigmaDos y Dos30. Otros medios		Amplio alcance de difusión, mas de 50 medios se hacen eco del barómetro	Alto impacto en medios, así como Barómetro referente sobre las percepciones de la TV
Unión de Televisores Comerciales, UTECA	Organización sin ánimo de lucro	Foro Desinformación de Seguridad Nacional	2024	1, 2, 5, 6	1, 2, 3	Estatal	Castellano	Reuniones periódicas; publicación de conclusiones, mesas redondas de discusión. Trabajos en los determinados grupos de trabajo dependiendo del área y temática. Presentación pública en el 2025 sobre los resultados de los grupos: Acto jueves 10 de abril en la Escuela Diplomática	No	Varias vinculadas con el Foro de Desinformación		Publicación de las conclusiones, impacto en medios, etc..	Preguntar al Foro
Unión de Televisores Comerciales, UTECA	Organización sin ánimo de lucro	Jornada UTECA y DIRCOM: Seguridad Nacional y campañas de desinformación: el papel de los medios, las empresas y la gestión de crisis	2024	1, 2, 5, 6	1, 2, 3	Estatal	Castellano	Jornada "Seguridad nacional y campañas de desinformación: el papel de los medios, las empresas y la gestión de crisis", organizada por la Unión de Televisores Comerciales en Abierto (UTECA) y la Asociación de Directivos de Comunicación, Dircom.	No	Dircom, Parlamento Europeo		Jornada presencial Nota de prensa Difusión del contenido a asociados DIRCOM y asociados UTECA Alta cobertura medios	No medida
Unión de Televisores Comerciales, UTECA	Organización sin ánimo de lucro	Protocolo general de colaboración de lucha contra el fraude financiero (PAFF)	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2,	1, 2, 3	Estatal	Castellano	Reuniones de continuidad del Foro. Curso UIMP-CNMV "Panorama actual y desafíos emergentes en la prevención y detección del fraude financiero" Julio 2025	No	CNMV		Mesa redonda dentro del Foro Nota de prensa y difusión del propio Foro	Preguntar a la CNMV
Call DIGITAL-2023-DEPLOY-04, European Digital Media Observatory (EDMO) – National and multinational hubs; referencia: IBERIFIER Plus - (Reportado por Maldita)	Otro tipo de organismo	Iberifier e Iberifier Plus	Desde 11/2022	1, 2, 3, 4, 5, 6, otro: "analizar el ecosistema de medios digitales ibéricos y abordar el problema de la desinformación."	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Formación para periodistas. Formación Recursos para la búsqueda de información fiable y el fomento del pensamiento crítico (4 sesiones) formación sobre Desinformación y su impacto en situaciones de crisis. formación Educación mediática, pensamiento crítico y verificación contra narrativas desinformativas.				La desinformación fue el foco de 5 formaciones presenciales de Maldita, en 2025 (Iberifier Plus). 17 horas lectivas para estudiantes, periodistas y profesionales (casi 100 participantes). Aprendieron a reconocer tipos, formatos, motivaciones y factores psicológicos/sociológicos de la desinformación.	Más de 100 participantes de distintos colectivos formados en desinformación, narrativas desinformadoras e herramientas de verificación
S.M.E. Instituto Nacional de Ciberseguridad de España M.P., S.A. (INCIBE)	Otro tipo de organismo	Servicios, iniciativas y recursos para la sensibilización, formación y asesoramiento en alfabetización mediática, desarrollados en el marco de las iniciativas de conocimiento y concienciación de ciberseguridad para la ciudadanía y los menores,	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Desarrollo de campañas, recursos divulgativos y didácticos enfocados a la ciudadanía y a menores - Impartición de talleres formativos y desarrollo de cursos en línea organizados por INCIBE y/o en colaboración con otras entidades (INTEF, AEPD y Orange) - Servicio "Tu Ayuda en Ciberseguridad 017"		NTEF en la organización de talleres online del Día Internet Segura 2025 y del Día de Internet 2025 - INTEF y la AEPD en la organización del curso NOOC "Menores y seguridad en la Red" y	122.231 Visitas secciones web de INCIBE - 119.800 asistentes en toda España a #ExperiencialINCIBE - 27.000 asistentes en el SID 2025, 59.000 asistentes en el SID 2024 y 4.400 asistentes en el Día de Internet 2025 - 11.791 participantes en los cursos NOOC y MOOC	Estas actividades se enmarcan al amparo tanto de España Digital 2026 como de la ejecución de los fondos provenientes del PRTR y en concreto a través del componente 15 inversión 7 (Ciberseguridad: Fortalecimiento de las capacidades de ciudadanos, PYMES y profesionales e impulso del sector)	

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años)

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	TIPO ORGANISMO / INSTITUCIÓN	NOMBRE MEDIDA	AÑO	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA
		por parte del Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE)								"Educar en seguridad y privacidad digital" - Orange en la organización curso MOOC "Cómo navegar de forma segura"			
Institución de la Unión Europea (Oficina del Parlamento Europeo en España) (Reportado por Maldita)	otro tipo de entidad	Europa Frente a la Desinformación	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6, otro: "cómo actuar ante la desinformación y herramientas reguladoras en Europa (DSA); herramientas de verificación para periodistas".	1, 2,	Estatal	Castellano	Formaciones presenciales y en línea para periodistas en activo Formaciones presenciales y en línea para jóvenes Se realizarán formaciones en línea y presenciales para organizaciones de la sociedad civil	No	Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía (CPPA), Colegio Profesional de Xornalistas de Galicia		Capacitación de 88 periodistas profesionales en activo en técnicas de verificación y lucha contra la desinformación, promoviendo un periodismo ético y basado en datos para abordar la desinformación que afecta a la Unión Europea. Formación a 90 jóvenes para el desarrollo de habilidades prácticas.	Formaciones altamente demandadas y efectivas.
Las Espigadoras, S.L.	Otro tipo de entidad	Aulafilm	Desde 11/2022 , 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6, otro: "Romper las barreras de acceso a la diversidad de la cultura cinematográfica; mejorar el conocimiento del lenguaje audiovisual desde la educación obligatoria en España; despertar la sensibilidad artística, la creatividad y la capacidad de apreciación del cine como expresión cultural y patrimonio; desarrollar en el alumnado la empatía y promover una mayor cohesión social desde la escuela a través de la participación cultural."	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Desde el año 2015 impulsamos diferentes programas de educación cinematográfica y alfabetización audiovisual donde facilitamos a los centros educativos de toda España experiencias culturales comunitarias de cine diverso.	No	Ayto. de Madrid; Soria; Academia de Cine; DAMA, entidad de Derechos de Autor de Medios Audiovisuales; Asociación Cultura, Educación e Innovación Social (ACEIS); Escuela de Cinematografía y del Audiovisual de la Comunidad de Madrid (ECAM); Fundación Daniel y Nina Carasso; Cines Golem.		Desde el 2017, más de 90 mil estudiantes han participado en las actividades educativas organizadas por Aulafilm en horario lectivo. En el curso 24/25, más de 8.400 estudiantes de 10 comunidades autónomas, 15 provincias y 33 localidades han participado en las actividades facilitadas por Aulafilm.	Desde el año 2024 evaluamos sistemáticamente la eficacia de Aulafilm como programa de alfabetización audiovisual y proyecto cultural de impacto social. Daremos a conocer nuestro primer informe de impacto en el año 2026.

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años)

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	TIPO ORGANISMO / INSTITUCIÓN	NOMBRE MEDIDA	AÑO	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA
Las Espigadoras, S.L.	Otro tipo de entidad	Aulafilm Learning Lab	Desde 11/2022 , 2023	1, 2, 3, 4, 5, 6, otro "A través de distintas actividades formativas, talleres, proyecciones y encuentros con cineastas, descubrir las diferentes profesiones de la industria del cine y los derechos de propiedad intelectual. Apreciar la diversidad de la cultura cinematográfica en un sentido amplio: diferentes narrativas, estilos, miradas y representaciones de la realidad. Mejorar el pensamiento crítico, la creatividad, la curiosidad y el trabajo en equipo y las habilidades de comunicación y negociación. Desarrollo de competencias clave, especialmente la Comunicación lingüística, Competencia Social y Cívica y Conciencia y Expresiones Culturales."	1, 2, 3, 4,	C. de Madrid	Castellano	Talleres de alfabetización audiovisual, talleres de cocreación del cineclub escolar en el centro, programación de películas, guías didácticas y encuentros con cineastas.	No	Centro educativo IES ANA FRANK (Moncloa-Aravaca, Madrid). Programa Creative FLIP co-financiado por la Comisión Europea y liderado por el Goethe-Institut, junto a los socios European Creative Hubs Network, IDEA Consult, 3s Unternehmensberatung y Intellectual Property Institute Luxembourg.		En el proceso de codiseño del cineclub, el alumnado descubrió las profesiones del cine y sus procesos de creación. Aprendieron a interpretar el lenguaje audiovisual, a apreciar el cine como expresión cultural y tomaron conciencia de la influencia de la representación audiovisual en la sociedad.	El IES Ana Frank continúa desarrollando su cineclub escolar Aulafilm, con el apoyo del profesorado y de las familias, como herramienta que promueve la participación cultural del alumnado y permite desarrollar proyecto de alfabetización audiovisual de centro de forma estable.
Las Espigadoras, S.L.	Otro tipo de entidad	Programa de Cineclubs escolares Aulafilm de Madrid	Desde 11/2022 , 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6, otro "Romper las barreras de acceso a la diversidad de la cultura cinematográfica acompañando a los centros en el desarrollo de un proyecto de alfabetización audiovisual de centro; mejorar el conocimiento del lenguaje audiovisual desde la educación obligatoria en España; despertar la sensibilidad artística, la creatividad y la capacidad de apreciación del cine como expresión cultural y patrimonio; desarrollar en el alumnado la empatía y promover una mayor cohesión social desde la escuela a través de la participación cultural."	1, 2, 3, 4,	C. de Madrid	Castellano	Formación del profesorado para la puesta en marcha del cineclub escolar - Programación de matinales en cines en horario lectivo con dinamización educativa - Programación de actividades de apreciación cinematográfica en el propio centro escolar en horario lectivo - Elaboración de guías didácticas	No	Área de Cultura y Deporte del Ayuntamiento de Madrid, Asociación Cultura, Educación e Innovación Social, Cines Golem, ECAM		Desde su puesta en marcha en el año 2015, en este programa han participado más de 70 centros escolares de toda España, en las etapas de Infantil, Primaria, ESO, Bachillerato, así como Ciclos Formativos y en Centros de Educación Especial.	Altas valoraciones del profesorado participante al brindar durante todo el curso escolar conocimiento especializado, asesoramiento, herramientas y metodología a los centros que desean implementar de forma estable y en horario lectivo un proyecto de centro dedicado a la alfabetización audiovisual.
Las Espigadoras, S.L.	Otro tipo de entidad	AulafilmFest. La gran fiesta del cine infantil y juvenil	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6, otro: "Sensibilizar a las familias en la importancia de promover el desarrollo de la alfabetización audiovisual desde la escuela; Favorecer el acceso de la infancia y la juventud a la	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Proyecciones de cine infantil, juvenil y familiar con dinamizaciones educativas, talleres de alfabetización audiovisual, encuentros con cineastas y programa de	No	Asociación Cultura, Educación e Innovación Social		Cerca de 1.000 participantes en su primera edición, celebrada el 21 y el 22 de marzo de 2025.	Aún no contamos con datos de evaluación de su eficacia

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años)

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	TIPO ORGANISMO / INSTITUCIÓN	NOMBRE MEDIDA	AÑO	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA
				diversidad de la cultura cinematográfica; promover la participación cultural de niñas, niños y jóvenes; desarrollar la capacidad de tomar decisiones informadas, conscientes y críticas en la elección de los contenidos audiovisuales; despertar la sensibilidad artística para entender el cine como expresión artística y favorecer el conocimiento del lenguaje audiovisual;"				radio en directo para toda la comunidad educativa: profesorado, estudiantes y sus familias.		(ACEIS), Cines Golem Madrid, Filmoteca Española, ECAM, Asociación de Comerciantes Paseo de las Estrellas, Dirección General de Juventud de la Comunidad de Madrid, ALCINE Festival, Institut Français, Canal TCM y Caimán Cuadernos de Cine.			
Universidad de Finlandia (Reportado por Maldita)	otro tipo de entidad	HATEDEMICS (Escaping New Disinformation through GAMified cross-border Media literacy Education)	Hasta 10/2025	1, 2, 5, 6,	2, 4,	Estatl	Castellano, Serbio, Finés, Inglés,	Desarrollo de 3 escape rooms educativas para trabajar las principales narrativas desinformadoras que afectan a la juventud europea. Cada uno va acompañada de una Guía Didáctica dirigida a profesionales que quieran implementar las escape rooms en sus entornos educativos o de trabajo con jóvenes		University of Eastern Finland - UEF, Belgrade Metropolitan University - BMU, Universidad Politécnica de Madrid - UPM, Faktabaari - FB y Fake News Tragaç / Novi Sad School of Journalism - FNT.		Validación de las narrativas desinformadoras que afectan a la juventud en España a través de un focus group nacional. Desarrollo de un análisis de narrativas desinformadoras en cada país. Página web del proyecto que recoge todos los materiales creados hasta el momento.	Desarrollar actitud crítica ante narrativas desinformadoras
Universidad de Finlandia (Reportado por Maldita)	otro tipo de entidad	ENDGAME (Escaping New Disinformation through GAMified cross-border Media literacy Education)	Hasta 10/2025	1, 2, 5, 6,	2, 4,	Estatl	Castellano, Serbio, Finés, Inglés,	Desarrollo de 3 escape rooms educativas para trabajar las principales narrativas desinformadoras que afectan a la juventud europea. Cada uno acompañado de una Guía Didáctica dirigida a profesionales que quieran implementar las escape rooms en sus entornos educativos o de trabajo con jóvenes	Sí	University of Eastern Finland - UEF, Belgrade Metropolitan University - BMU, Universidad Politécnica de Madrid - UPM, Faktabaari - FB y Fake News Tragaç / Novi Sad School of Journalism - FNT.	498.982,30 €	Validación de las narrativas desinformadoras que afectan a la juventud en España a través de un focus group nacional. Desarrollo de un análisis de narrativas desinformadoras en cada país. Página web del proyecto que recoge todos los materiales creados hasta el momento.	Desarrollo crítico ante narrativas desinformadoras.
ESET Ciberseguridad (Reportado por Maldita)	otro	Que no te timen con el móvil	2024	1, 2, 5, 6,	3	Estatl	Castellano					Formación a 50 personas mayores de 65 años en diferentes centros de mayores de la Comunidad de Madrid, dos horas cada grupo, tres grupos. Materiales y contenidos de prebunking desarrollados sobre desinformación y timos para prevenir que las personas caigan en ellos.	Cursos para la prevención y trabajo del pensamiento crítico
Google (Reportado por Maldita)	otro	Bulobus	2023	1, 4, 5, 6,	1, 2, 3,	Estatl	Castellano	Microbús que recorre la España rural para ayudar a la ciudadanía a reconocer los bulos y los timos que le llegan al móvil. Periodistas y formadores expertos de la Fundación Maldita.es recorren toda la península. Punto de ayuda, taller para jóvenes y obra de teatro.	No			20 pueblos, durante abril y mayo de 2023	Divulgación de los peligros de la desinformación y sus consecuencias.

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años)

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	TIPO ORGANISMO / INSTITUCIÓN	NOMBRE MEDIDA	AÑO	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA
The Guardian Foundation (Reportado por Maldita)	otro	SEMS Europe: Short and Effective Media Literacy Service in Europe	2024, hasta 10/2025	1, 2, 4, 6,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Maldita.es coordina la ejecución del proyecto y lidera la adaptación visual, técnica y lingüística de los materiales educativos al contexto español, además de desarrollar los materiales de comunicación y la campaña de difusión transnacional.		The Guardian Foundation Correctiv deCheckers		Desarrollo y lanzamiento de 7-10 cursos interactivos accesibles desde WhatsApp en tres idiomas. Participación de +16.000 usuarios en los cursos durante el primer año. Producción de materiales educativos estandarizados replicables en otros contextos europeos. Informe de buenas prácticas	La medida destaca por su accesibilidad, innovación tecnológica y enfoque inclusivo. Al aprovechar una herramienta de uso masivo como WhatsApp, reduce las brechas digitales y amplía el acceso a la educación mediática. Enfoque de microaprendizaje y análisis continuo de datos de uso = mejora contenidos
Unión Europea (Reportado por Maldita)	otro	QYourself	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 4, 6,	2, 4,	Estatal	Castellano, Euskeria, Inglés, Italiano, Polaco, Griego	Encuestas iniciales y mesas de debate para identificar necesidades y ajustar contenidos; 10 formaciones para educadores; diseño y publicación del Toolkit (Manual docente + 10 OER reutilizables); desarrollo de unidades didácticas, 12 jornadas abiertas de difusión y evento final de sinergias.		Universidad del País Vasco Iberika Stimmuli Xlicium		Hasta la fecha, el proyecto ha capacitado a decenas de jóvenes en pensamiento crítico, seguridad digital y verificación de información. Se han desarrollado materiales didácticos abiertos y un repositorio de recursos disponible en la web del proyecto, contribuyendo a la sostenibilidad del aprendizaje	Aunque no tengamos los resultados finales, hasta la fecha QYourself ha demostrado ser eficaz al aumentar el nivel de alfabetización mediática entre los jóvenes participantes y generar una comunidad activa comprometida con la lucha contra la desinformación.
El País (Reportado por Maldita)	Otro: Medio de Comunicación	Desinformación y herramientas de verificación para periodistas	2024	1, 3, 5, 6,	1	C. de Madrid	Castellano			Dos formaciones presenciales con duración de 2 horas cada una. La primera está enfocada a periodistas y trabajadores del periódico. La segunda dirigida a los profesionales dedicados al audiovisual.		8 horas de formación para periodistas de la plantilla de El País en: Desinformación, pensamiento crítico y herramientas de verificación para periodistas Fact-checking político: debates electorales	Desarrollo de pensamiento crítico, herramientas y metodología de fact checking para profesionales de la comunicación
Periódico NueveCuatroUno (nuevecuatrouno.com)	Otro: Medio de Comunicación	Primera Plana	2024, hasta 10/2025	1, 4, 6, otro: "Conocer un medio de comunicación por dentro, cómo se organiza, cómo se elabora una noticia y se contrastan fuente".	4	La Rioja	Castellano	Visitas de 45 min a la redacción de NueveCuatroUno con explicaciones y la realización de una noticia junto con un periodista.		Cuentan con empresas patrocinadoras.		En 2024 realizaron esta actividad 1.200 personas de 11-12 años de edad.	Es difícil de medir su eficacia, pero 50 clases de 25 personas pasaron en 2024 por la redacción, por lo que los colegios y profesores que la solicitan la consideran eficaz e interesante.
Orange Digital Center (Reportado por Maldita)	Prestador de servicios de comunicación audiovisual de ámbito estatal	¿Me puedo fiar? Cómo identificar la desinformación en el mundo digital	2023, 2024, Hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6,	1, 2,	Estatal	Castellano					MOOC (Massive Open Online Course), 4 lecciones, 1,5 horas Abierto al público y gratuito	No tenemos datos del alcance, los tiene Orange
Criteriomil/ Mariaje González Flor	Otro: "Profesional independiente"	Formaciones, asesoría, consultoría, talleres, cursos y conferencias a estudiantes, familias, instituciones y empresas.	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6, otro: "Divulgación de información y sensibilización a la ciudadanía para que desarrollen las habilidades necesarias para relacionarse con la tecnología y los contenidos digitales con criterio. Entre otras y además de las ya citadas: distinguir anuncios de contenidos, detectar fuentes fiables, fomentar el pensamiento crítico en el mundo on line y las redes sociales, identificar información válida en páginas de resultados de buscadores, privacidad y	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano, Inglés	Cursos, talleres, formaciones, conferencias, artículos, entrevistas, asesorías, participación en proyectos, seminarios, escuelas de familias de empresas, centros educativos y actividad en redes sociales.	UNESCO, Univ de Meknes, Instituto Español de Lisboa, Univ. de El Cairo, Las otras voces (Argentina), Fund. Profuturo, Fund. Comunicando Futuro, CLABE,		A modo de orientación, algunas métricas: El Intermedio (Audencia 19/12/2023) 1.072.000 espectadores Eldiario.es (Audencia media Nov 2023 50.548.133 visitas) Observatorio Fundacion Profuturo: 23k reproducciones en Oct 2025	Divulgación en entrevistas, artículos y videos en diferentes medios locales, nacionales e internacionales (El Intermedio, Eldiario.es, Fundación Profuturo, Revista Telos, RNE, RadioTelevisión de Asturias, Diario de Ibiza...)	

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años)

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	TIPO ORGANISMO / INSTITUCIÓN	NOMBRE MEDIDA	AÑO	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA
				permisos en aplicaciones, y asistentes de IA conversacionales..."					Alfamedia, IC-Media, Universidad Carlos III, Ayto de Santa Eulària des Riu, ESCAC, INECO, CIMA, C. Int. De Cultura Contemporánea Donosti Tabakalera				
Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)	Autoridad Audiovisual de Regulación	GT Impulso a la Alfabetización Mediática (Foro contra las campañas de Desinformación en el ámbito de la Seguridad Nacional	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6, otro: "mejorar la coordinación y la cooperación entre los agentes involucrados en el desarrollo e implementación de la alfabetización mediática en España"	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Coordinación del GT junto a la Universitat Jaume I de Castellón. Organización de las sesiones de debate Elaboración de sesiones paralelas de conocimiento	No	UJI, DSN, MTDFP, MEFPD, CAA (GASSCA), CRTVE, FORTA, UTECA, Unizar, ADIGITAL, IC MEDIA, AUC, ALFAMEDIA,		Acuerdo de un documento de recomendaciones para impulsar la alfabetización mediática en España	Aún no se ha podido evaluar su impacto, puesto que a la fecha de remisión de la información aún no es público.
Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)	Autoridad Audiovisual de Regulación	Participación en la III Jornada contra la Desinformación organizado por Clabe	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Intervención del Vicepresidente de la CNMC, Ángel García Castillejo, en la mesa "La respuesta regulatoria frente a la desinformación" e intervención en la mesa de debate de un técnico en la de "Alfabetización mediática".	No	Clabe			
Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)	Autoridad Audiovisual de Regulación	Participación en la Jornada "Travesía, De la cartografía a la ruta compartida. Encuentro de alfabetización audiovisual y educación cinematográfica".	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Intervención en la mesa redonda: "El papel de la industria ante el hipotético despliegue de un plan nacional de alfabetización audiovisual"	No				
Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)	Autoridad Audiovisual de Regulación	Encuesta - Panel de Hogares de la CNMC: Servicios Audiovisuales	Hasta 10/2025	Otro:	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Encuesta realizada en el segundo trimestre de 2025 sobre los hábitos de los consumidores respecto a los servicios audiovisuales. En la temática se preguntó sobre: 1. El tipo de noticias que se suelen informar; 2. Qué tipo de noticias se suelen informar según la edad; 3. Cómo se informan de las noticias; 4. Cómo se informan de las noticias según la edad. 5. Cuál es la principal fuente para informarse de las noticias en televisión.	No			Encuesta realizada en el segundo trimestre de 2025 e incluyó a 5.176 hogares y 8.709 individuos. Esta herramienta aporta una información amplia y diversa, y permite a la CNMC conocer mejor el punto de vista de los consumidores.	

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

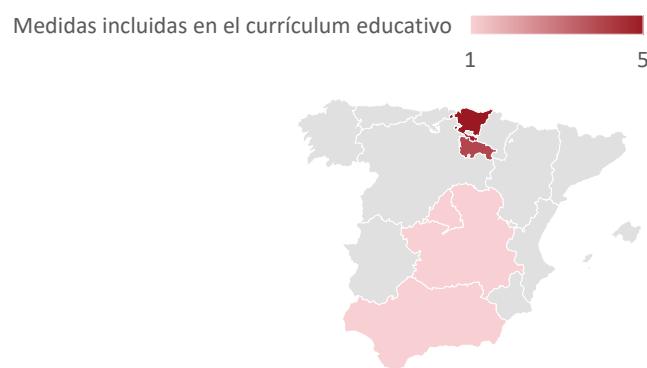
Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años)

6. MEDIDAS DE ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA INCLUIDAS EN EL CURRÍCULUM EDUCATIVO.

En el periodo 2023-2025 las comunidades autónomas reportaron 13 medidas dirigidas a la inclusión de la alfabetización mediática en los currículums educativos. Estas medidas se encontraron en la Comunidad de Madrid (1), Andalucía (1), La Rioja (4), Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha (1), País Vasco (5) y en la Comunidad Foral de Navarra (1).

La mayoría de las iniciativas se centran en la enseñanza obligatoria (educación infantil, educación primaria y educación secundaria) además de bachillerato. También hay iniciativas dirigidas a docentes y a otras enseñanzas no obligatorias en menor medida.

Respecto al anterior ejercicio de reporte, se aprecia una menor penetración de la AMI en los currículums educativos, aunque también hay varias Comunidades Autónomas que no han reportado esta información, cuando en el anterior ejercicio de reporte sí que lo hicieron.



Con tecnología de Bing
© GeoNames, Microsoft, OpenStreetMap, TomTom

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO AL QUE SE DIRIGE	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES	COLABORACIÓN	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	ENLACE DE LA MEDIDA	ENLACES ACTIVIDADES	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Comunidad de Madrid	Voces del aula. Alfabetización mediática.	2024, hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6,	Bachillerato, Educación Secundaria,	C. de Madrid	Castellano			Disponibilidad de guías y materiales actualizados; Enfoque en el desarrollo del pensamiento crítico y la verificación; Refuerzo de la alfabetización mediática en el marco más amplio educativo y normativo	Cumple objetivos estratégicos: alfabetización mediática, ciudadanía digital, pensamiento crítico, prevención de desinformación	Enlace 1 Enlace 2 Enlace 3	Enlace 1 Enlace 2 Enlace 3	Sí
Consejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional. Junta de Andalucía.	Curriculum académico en las etapas de Educación Primaria, Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato	2023	1, 2, 4, 5, 6,	Bachillerato, Docentes, Educación Primaria, Educación Secundaria,	Andalucía	Castellano			El desarrollo del currículo educativo en Andalucía contribuye de manera significativa a la alfabetización mediática, al integrar la competencia digital y el pensamiento crítico como elementos transversales en todas las etapas educativas.	Se valora de forma positiva la eficacia de la implantación de este currículo en el fomento del uso responsable, seguro y reflexivo de los medios de comunicación y las tecnologías de la información	Enlace 1 Enlace 2 Enlace 3		No
Consejería de Educación y Empleo - Dirección General de Innovación y Ordenación Educativa - Servicio de Ordenación Educativa. Gobierno de La Rioja	Curriculum etapa de Educación Infantil	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	2, 5	Educación Infantil;	La Rioja	Castellano	Decreto 36/2022, de 29 de junio, por el que se establece el currículo de Educación Infantil y se regulan determinados aspectos sobre su organización y evaluación en la Comunidad Autónoma de La Rioja. NO EXISTEN ACTIVIDADES EXPRESAS DE ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA		Los resultados son los evaluados dentro de cada curso y nivel con respecto al desarrollo curricular previsto en la legislación, en referencia a los resultados de la evaluación obtenidos por el alumnado en relación a las competencias específicas, criterios de evaluación y saberes básicos establecidos	Insertada en los respectivos currículos, su eficacia no está sujeta a ningún proceso de comprobación, excepto en lo relativo la valoración-evaluación personal de las competencias específicas asociadas a la alfabetización mediática.	Enlace 1		No
Consejería de Educación y Empleo - Dirección General de Innovación y Ordenación Educativa - Servicio de Ordenación Educativa. Gobierno de La Rioja	CURRÍCULUM establecido por el Decreto 41/2022, de 13 de julio, por el que se establece el currículo de la Educación Primaria y se regulan determinados aspectos sobre su organización, evaluación y promoción en la Comunidad Autónoma de La Rioja	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5	Educación Primaria	La Rioja	Castellano	Decreto 41/2022, de 13 de julio, por el que se establece el currículo de la Educación Primaria y se regulan determinados aspectos sobre su organización, evaluación y promoción en la Comunidad Autónoma de La Rioja. NO EXISTEN ACTIVIDADES EXPRESAS DE ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA		Los resultados son los evaluables dentro de cada curso y nivel con respecto al desarrollo curricular previsto en la legislación.	Insertada en los respectivos currículos, su eficacia no está sujeta a ningún proceso de comprobación, excepto en lo relativo la valoración-evaluación personal de las competencias específicas asociadas a la alfabetización mediática.	Enlace 1	Artículo 65	No
Consejería de Educación y Empleo - Dirección General de Innovación y Ordenación Educativa - Servicio de Ordenación Educativa. Gobierno de La Rioja	CURRÍCULUM establecido por el Decreto 42/2022, de 13 de julio, por el que se establece el currículo de la Educación Secundaria Obligatoria y se regulan determinados aspectos sobre su organización, evaluación, promoción y titulación en la Comunidad Autónoma de La Rioja NO EXISTEN ACTIVIDADES EXPRESAS DE ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6	Educación Secundaria	La Rioja	Castellano	Decreto 42/2022, de 13 de julio, por el que se establece el currículo de la Educación Secundaria Obligatoria y se regulan determinados aspectos sobre su organización, evaluación, promoción y titulación en la Comunidad Autónoma de La Rioja NO EXISTEN ACTIVIDADES EXPRESAS DE ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA		Los resultados son los evaluables dentro de cada curso y nivel con respecto al desarrollo curricular previsto en la legislación.	Insertada en los respectivos currículos, su eficacia no está sujeta a ningún proceso de comprobación, excepto en lo relativo la valoración-evaluación personal de las competencias específicas asociadas a la alfabetización mediática.	Enlace 1	(Artículo 17)	No

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO AL QUE SE DIRIGE	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES	COLABORACIÓN	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	ENLACE DE LA MEDIDA	ENLACES ACTIVIDADES	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Consejería de Educación y Empleo - Dirección General de Innovación y Ordenación Educativa - Servicio de Ordenación Educativa. Gobierno de La Rioja	CURRICULUM Decreto 43/2022, de 21 de julio, por el que se establece el currículo de Bachillerato y se regulan determinados aspectos sobre su organización, evaluación, promoción y titulación en la Comunidad Autónoma de La Rioja.	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6	Bachillerato	La Rioja	Castellano	Decreto 43/2022, de 21 de julio, por el que se establece el currículo de Bachillerato y se regulan determinados aspectos sobre su organización, evaluación, promoción y titulación en la Comunidad Autónoma de La Rioja. NO EXISTEN ACTIVIDADES EXPRESAS DE ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA		Los resultados son los evaluables dentro de cada curso y nivel con respecto al desarrollo curricular previsto en la legislación.	Insertada en los respectivos currículos, su eficacia no está sujeta a ningún proceso de comprobación, excepto en lo relativo la valoración-evaluación personal de las competencias específicas asociadas a la alfabetización mediática.	Enlace 1		No
Consejería de Educación, Cultura y Deportes. Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.	Inclusión de competencias AMI en el currículo académico	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6,	Bachillerato, Educación Infantil, Educación Primaria, Educación Secundaria,	Castilla-La Mancha	Castellano	Inclusión de competencias AMI en el currículo académico		Concienciación entre el alumnado	No se ha comprobado su eficacia	Enlace 1 Enlace 2 Enlace 3 Enlace 4		Sí
Departamento de Educación del Gobierno Vasco	Programa ADI – Alfabetización Digitala eta Iku-entzunezkoan	2024, hasta 10/2025	1, 2, 5, otro: "Integrar la alfabetización mediática en las prácticas docentes".	Docentes, Otros públicos: "Centros educativos"	País Vasco	Castellano Euskera			https://adimengunea.euskadi.eus/es/quien-es-somos	https://adimengunea.euskadi.eus/es/quienes-somos	Enlace 1		Sí
Departamento de Educación del Gobierno Vasco	Guía "Adimen Artifiziala Hezkuntzan" (2024)	2024	otro: "Contribuir a la reflexión sobre la IA y ofrecer orientaciones claras para el uso de las IA en el ámbito educativo".	E. de personas adultas, Enseñanzas artísticas, Bachillerato, Enseñanzas deportivas, Docentes, Formación profesional, Enseñanzas de idiomas, Educación infantil, Educación Primaria, Educación Secundaria, Educación universitaria	País Vasco	Castellano Euskera Inglés		Berritzegune y varios centros docentes de los tres territorios históricos	https://www.euskadi.eus/contenidos/documentacion/inn_doc_adi_artif/es_def/adjuntos/Guia-uso-de-IA-en-educacion_Euskadi.pdf	https://www.euskadi.eus/contenidos/documentacion/inn_doc_adi_artif/es_def/adjuntos/Guia-uso-de-IA-en-educacion_Euskadi.pdf	Enlace 1		Sí
Departamento de Educación del Gobierno Vasco	Proyecto Digital de Centro – Digigunea	2023, 2024, hasta 10/2025	2, 3, 5,	Bachillerato, Docentes, Educación Infantil, Educación Primaria, Educación Secundaria, otros públicos: "Ciudadanía"	País Vasco	Castellano Euskera	Programa de fomento del pensamiento crítico y la ciudadanía digital responsable, incluidos en las diferentes propuestas y programas, orientados al bienestar emocional y digital del alumnado ante el uso intensivo de pantallas		https://digigunea.euskadi.eus/es/hasiera	https://digigunea.euskadi.eus/es/hasiera	Enlace		Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

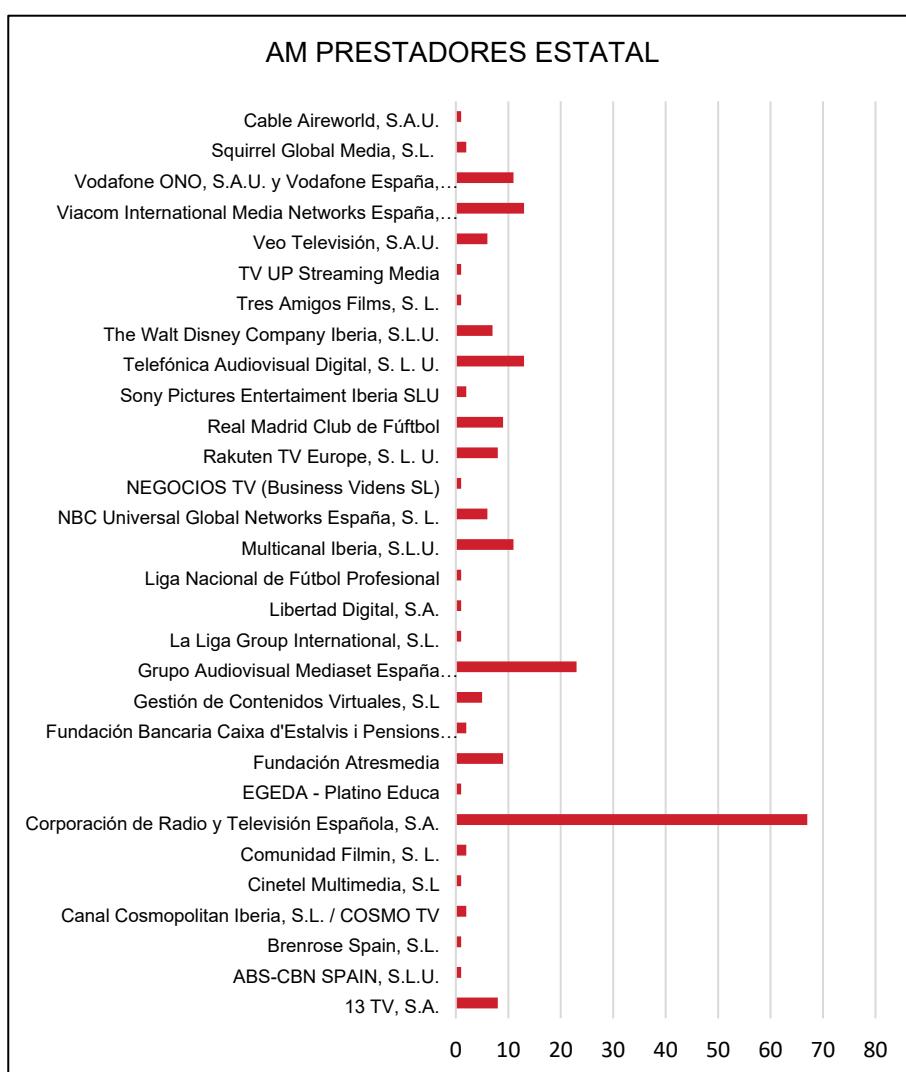
ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO AL QUE SE DIRIGE	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES	COLABORACIÓN	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	ENLACE DE LA MEDIDA	ENLACES ACTIVIDADES	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Departamento de Educación del Gobierno Vasco	Desarrollo del ecosistema digital IRADI	Hasta 10/2025	2, 5, otro: "promover un uso consciente, ético y autónomo de la tecnología y los medios. https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/aurerra_aldizkaria/es_cn_in_pu/adjuntos/aurerra_91_c.pdf "	Docentes	País Vasco	Castellano, Euskera	El ecosistema digital IRADI incorpora materiales y plataformas educativas en software libre, diseñadas para promover un uso consciente, ético y autónomo de la tecnología y los medios.		https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/aurerra_aldizkaria/es_cn_in_pu/adjuntos/aurerra_91_c.pdf	https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/aurerra_aldizkaria/es_cn_in_pu/adjuntos/aurerra_91_c.pdf		Enlace	Sí
Departamento de Educación del Gobierno Vasco	Programa Ikasiz Hezi	Hasta 10/2025	1, 5, otros: "Ofrecer cursos específicos sobre alfabetización mediática, comunicación responsable y educación digital, tanto en formato presencial como en línea, dirigidos al profesorado de todos los niveles educativos."	Docentes	País Vasco	Castellano, Euskera	Cursos específicos sobre alfabetización mediática, comunicación responsable y educación digital, tanto en formato presencial como en línea, dirigidos al profesorado de todos los niveles educativos.		https://www.euskadi.eus/que-es-formacion-continua-profesorado/web01-a3htreba/es/	https://www.euskadi.eus/que-es-formacion-continua-profesorado/web01-a3htreba/es/		Enlace	Sí
Gobierno de Navarra	Plan de Digitalización IKASNOVA	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6	Bachillerato; Docentes; Educación Infantil; Educación Primaria; Educación Secundaria	C. F. de Navarra	Castellano; Euskera;			Red de Centros de Pensamiento Computacional STREAM-IA, el nuevo Centro de Recursos para la Digitalización Educativa, una red de 4.700 aulas digitales interactivas o la continua expansión de las aulas ikasNOVA, que actualmente son 72.	No se ha comprobado		Enlace	Enlace

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

7. MEDIDAS DE ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA DE PRESTADORES, PLATAFORMAS DE INTERCAMBIO DE VÍDEOS E INFLUENCERS.

7.1. Medidas de prestadores de servicios de comunicación audiovisual de ámbito estatal.

Los prestadores de servicios de comunicación audiovisual de ámbito estatal declararon un total de 217 medidas de alfabetización mediática puestas en marcha en el trienio 2023-2025, es un aumento considerable respecto a lo declarado por los prestadores en el anterior periodo (que acumularon 60 medidas entre todos los que enviaron actividades de alfabetización mediática). En esta ocasión se recibió la contribución de **30 prestadores** de servicios de comunicación audiovisual de ámbito estatal (en el informe anterior fueron 24).



NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
13 TV, S.A.	Programación alfabetización mediática	Desde 11/2022	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Emisión de programación especial en televisión dedicada a informar y ayudar a los espectadores a desarrollar sus capacidades de comprensión crítica de las noticias, así como el manejo y uso de las tecnologías. Por ejemplo: Programa LA GRAN PREGUNTA: Análisis del impacto de las noticias falsas.	No			Buena acogida por parte de los espectadores de toda la programación emitida en relación con esta materia.	La medida es eficaz toda vez que los espectadores y usuarios de la web cada vez son más conscientes de la importancia de desarrollar capacidades de comprensión crítica de las noticias y de la necesidad de distinguir noticias falsas así como de aprender a usar correctamente las tecnologías.	Sí
13 TV, S.A.	Campaña de información sobre el proceso de resintonización por el cambio a HD	2024	2, 5,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Campaña de información en televisión, radio y redes sociales sobre el proceso de resintonización por el cambio a HD con programas especiales, autopromociones y momentos internos. También se habilitó un teléfono de información sobre este proceso para los espectadores.	No			Buenos resultados. Según el feedback recibido de los espectadores ante la campaña telefónica y la programación especial en radio, televisión y redes sociales consiguieron el objetivo de trasmitir la información que pretendíamos y ayudar a los espectadores a seguir viendo el canal tras el HD.	Tras el cambio de emisión hubo una bajada de contactos y audiencia considerable en febrero, que se fueron recuperando poco a poco gracias al tratamiento personalizado y a la implicación de la cadena con la información, tanto masiva a través de los medios, como individualizada a través del teléfono.	No
13 TV, S.A.	Atención al espectador	Desde 11/2022	1, 2, 4, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Trece dispone de un teléfono y un buzón de correo electrónico de información y asistencia al espectador a través de los cuales puede contactar con el director de contenidos de la cadena.	No			Buena acogida de la medida por parte de los espectadores. Al poder contactar con el director de contenidos los espectadores encuentran resueltas sus dudas sobre los contenidos de la cadena y el acceso a los mismos de una forma ágil y directa.	La medida es eficaz dado que permite una comunicación directa y sencilla de los espectadores con el canal, creando un acercamiento entre los mismos y facilitando la correcta identificación y selección de los contenidos por parte de los espectadores.	Sí
13 TV, S.A.	Cartelas de contenido	Desde 11/2022	1, 2, 3, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Cartelas que se emiten al inicio de las películas y a la vuelta de los cortes publicitarios, que contienen la calificación por edades que, en opinión de TRECE, debe corresponder a la película, y que siempre es más restrictiva que la calificación del Código de Autorregulación.		Existe una figura que visiona todo el contenido de producción ajena y genera informes para determinar la idoneidad de las franjas de emisión, la calificación por edades obtenida y la necesidad de reforzar el contenido con avisos al espectador sobre posibles escenas que pueden herir su sensibilidad.		Buena acogida por parte del espectador que manifiesta su tranquilidad, principalmente, cuando llaman para informarse de ciertos contenidos.	El refuerzo del control del contenido dentro de nuestra propia cadena hace que los espectadores puedan estar seguros del compromiso del canal con su tranquilidad a la hora de seleccionar, identificar y emitir los contenidos.	Sí
13 TV, S.A.	Descriptores de contenido	Desde 11/2022	1, 2, 3, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Incluir al inicio de las películas y tras la vuelta de los cortes publicitarios unos descriptores del contenido con el fin de facilitar información suficiente a sus espectadores, así como recomendaciones específicas acordes a su línea editorial sobre comportamientos potencialmente perjudiciales.				Por parte de los espectadores recibimos buena acogida del tratamiento de la producción ajena en general y de estas iniciativas en particular. Podemos facilitar a los espectadores la elección de la programación que desea ver, evitando que estos encuentren contenidos específicos que no deseé ver.	Ha supuesto una mejora en el tratamiento del contenido de producción ajena. Mayor control y trasmisión de información al espectador, adicional al establecido por la normativa y el Código de Autorregulación.	Sí
13 TV, S.A.	Barómetro UTECA sobre la percepción social de la televisión en abierto	2023, 2024	1, 2, 4, 5, 6, otro: "Analizar la relevancia para la ciudadanía de la televisión en abierto. El valor de los medios en nuestro día como la base de una información veraz, contrastada y fiable".	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Publicación anual del informe Barómetro UTECA. Difusión del estudio vía nota de prensa con amplio impacto en los medios españoles. En el ámbito formativo: mesas redondas, charlas y debate.		Dos30 y SigmaDOS		Amplio alcance de difusión, más de 50 medios se hacen eco del barómetro.	Resultados muy positivos para la televisión en abierto, en cuanto a que la medida muestra que los ciudadanos prefieren mayoritariamente la televisión en abierto para informarse frente a las redes sociales.	Sí
13 TV, S.A.	Visitas a las instalaciones de TRECE	Desde 11/2022	2, 3, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Se organizan visitas con colegios, universidades y centros de integración laboral o mayores para mostrar las instalaciones, los puestos de trabajo y la función que desempeña la televisión explicando la importancia de la función de comunicación que hace la cadena.	No	Universidades, Centros de trabajo, Institutos de FP, Colegios, Centros de mayores, etc.		Vínculo de confianza con el espectador y permite a los profesionales mostrarles su trabajo, sobre todo, detrás de las cámaras. Que se pueda observar a los trabajadores, los centros de trabajo y la generación de los contenidos en directo da veracidad y conocimiento al espectador de lo que se emite.	Tras las visitas y las charlas con los profesionales los estudiantes y/o visitantes tienen muchas preguntas que son muy positivas para generar confianza y veracidad los espectadores.	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
13 TV, S.A.	Información completa y detallada sobre la programación emitida	Desde 11/2022	1, 2, 3, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Trece facilita información completa y detallada sobre la programación semanal que emite, tanto en la web como en la EPG, en aras de facilitar a los espectadores la selección y visualización de sus contenidos, así como las medidas de accesibilidad aplicadas.	No	Trece colabora con Esther Codina Viñas para completar la información que se publica en su EPG.		Buenos resultados. Además de cumplir con la normativa, TRECE consigue que sus espectadores tengan información completa y detallada sobre su programación de forma que les permita identificar y seleccionar lo que desean ver, así como las medidas de accesibilidad que se aplican a dichos contenidos.	La medida es eficaz dado que permite a los espectadores conocer con antelación suficiente la información que se va a emitir, con información completa sobre la misma y sus medidas de accesibilidad. También se consigue que la EPG esté sincronizada con la programación que aparece en pantalla.	Sí
ABS-CBN SPAIN, S.L.U.	Medida 1	Hasta 10/2025	1, 4, 6	1, 2, 3	Estatal	Inglés; Tagalo;	En algunos programas de televisión, como los de noticias y actualidad, se han incluido segmentos con debates y comentarios sobre periodismo responsable, el intercambio responsable de información en redes sociales, cómo distinguir entre noticias creíbles y falsas, u otras actividades de sensibilización para mejorar la alfabetización mediática de los espectadores.				No se han obtenido resultados / no han sido valorados	No se ha comprobado su eficacia	Sí
Brenrose Spain, S.L.	Mejorar el pensamiento crítico de la audiencia al ver noticias mundiales	Desde 11/2022, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 6,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Ruso	La advertencia agregada a todos los programas de noticias desde marzo de 2022.	No			Imposible evaluar	La mayor conciencia de la audiencia.	Sí
Canal Cosmopolitan Iberia, S.L. / COSMO TV	Difusión de campañas de sensibilización juvenil	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6	1, 2, 4	Estatal	Castellano	Desde 2023, COSMO TV incluye de forma sistemática en sus soportes mediáticos las campañas de sensibilización social desarrolladas por la fundación FAD Juventud, con el propósito de incrementar la visibilidad de temas relevantes para jóvenes. Con ello, se otorga cobertura, difusión y valor añadido.	No	FAD Juventud		Se ha logrado una difusión amplia y un impacto significativo en el público objetivo, con el apoyo de la multiplicidad de canales que ha permitido aumentar la visibilidad del mensaje y fomentar la concienciación sobre la temática. Tiene un impacto directo en el alcance de los objetivos de sensibilización.	La inclusión por parte de COSMO de campañas como las de FAD JUVENTUD han contribuido al fortalecimiento de las competencias de alfabetización mediática (acceso, comprensión, evaluación crítica) que promovía Al integrarse en cadenas como COSMO TV la visibilidad del mensaje se multiplica.	No
Canal Cosmopolitan Iberia, S.L. / COSMO TV	Visibilidad y diversidad LGTBI	Hasta 10/2025	2, 3,	1, 2, 3	Estatal	Castellano	En junio 2025 COSMO estrenó Deportistas LGTBI: El valor de ser visibles, un programa especial donde 8 deportistas de élite y un periodista, todos LGTBI, comparten sus experiencias personales y profesionales como parte del colectivo y cuentan cómo entre todos podemos construir un deporte más inclusivo.	No	Apoyo Positivo/ COGAM		A través de esta iniciativa COSMO desarrolla campañas a fin de sensibilizar sobre la realidad de las personas trans, la representación LGTBI+ en el deporte, la identidad de género, la visibilidad de las mujeres LGTBI+ y los retos a los que todavía se enfrenta la comunidad en el ámbito laboral y social.	Se ha obtenido una eficacia satisfactoria al permitir un aumento en la conciencia y competencias críticas del público objetivo. Se ha observado una mejora en la participación y un impacto positivo en el tratamiento del tema cuya profundización justificará futuras ediciones y refinamientos.	No
Cinetel Multimedia, S.L.	Sin nombre	2024, hasta 10/2025	3	1, 2, 3, 4	Estatal	Castellano	Promoción de canales y notas de prensa	No	Medios Audiovisuales Mas Media, S.L.		Promoción de los canales y de la historia del cine y cine clásico	Alcance y disponibilidad del cine clásico y la historia del cine al público	No
Comunidad Filmin, S. L.	Acercando la cultura a través del cine	2024, hasta 10/2025	2, otro: "Emplear medios digitales para ayudar a los usuarios a acceder a todos los ámbitos de la cultura".	1, 2	Estatal	Castellano		No	Colaboración con el Teatro Real de Madrid en el canal MY OPERA		Partimos de la premisa de que este tipo de paquetización facilita que los usuarios descubran los contenidos incluidos. Para ello, hemos medido las visitas a los canales en 2024 y lo que llevamos de 2025. FILMIN BOOKS ha pasado de 13.680 visita en 2024, a 45.080 en 2025. Todos los canales han crecido	Los canales BOOKS, ARTS y MUSICA CLASICA han crecido en su número de visitas año a año. PHOTO y MYOPERA entran en 2025 por primera vez. El resultado es muy positivo y demuestra el interés de la audiencia por los temas seleccionados. Por todo ello, mantendremos la estrategia en los próximos años.	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	La aventura del saber	Desde 11/2022; 2023;2024 hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6	1, 2, 3, 4	Estatal	Castellano	Programa "La aventura del saber". Emisión en La2 y en el Canal Internacional. También queda disponible en RTVEPLAY.	Sí	Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes	731.380,00 €	Se han dedicado 39 programas a distintos aspectos de la alfabetización mediática. En el ámbito educativo, con las familias, cómo detectar bulos, computación, inteligencia artificial y competencias digitales.	Media	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	"Desafío Digital" Proyecto Generación D	Hasta 10/2025	1, 2, 5, 6, otro "seguridad"	1, 2, 3, 4	Estatal	castellano	"Jaque al delinquente" "Ciberseguridad para padres"	Sí	Ministerio de Transformación Digital y de la Función Pública, a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial y Red.es	12.012,30 €	Píldoras emitidas en La 2, RNE, desconexiones regionales de televisión y radio, y como ajustes de programación de forma recurrente en RTVE Internacional por lo que se ha alcanzado a más de 60 millones de espectadores	Adquisición de competencias mediáticas críticas en el ámbito familiar. Filtrado de información fiable sobre protección infantil en Internet (competencia 1.1); evaluación de los contenidos digitales que consumen sus hijos (competencia 1.2); gestión ética y segura de la información personal y familiar	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Impulsa Visión RTVE - Ayudas a la Investigación	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6, otro: Impulsar la investigación científica temprana sobre los Medios de Comunicación y reconocer el talento de las y los alumnos, así como la labor docente de las Universidades españolas y de sus grupos de investigación.	1, 2, 3	Estatal	Castellano	Lanzamiento de la Convocatoria, presentación de propuestas, proceso de selección, seguimiento, coordinación y evaluación del proyecto, transferencia del conocimiento generado en el proceso de investigación y difusión de las iniciativas y de los resultados	Sí	las Universidades españolas (pueden ser públicas o privadas) y los grupos de Investigación. La única condición es que deben tratarse de Másteres Oficiales	110.000,00 €	Fomento de la investigación científica temprana sobre los medios de comunicación e impulso de la cultura audiovisual, especialmente entre el alumnado más joven, en virtud de la encomienda del servicio público otorgada por las Cortes Generales y de la legislación vigente.		Si
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Red de Cátedras de RTVE de investigación aplicada al sector audiovisual	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6, Otro: contribuir al desarrollo del sector audiovisual, favorecer la innovación, la investigación científica, la transferencia del conocimiento y la colaboración público privada.	1, 2, 3, 4	Estatal	Castellano Catalán, Valenciano Gallego Inglés Francés	Dinamizar, fomentar la participación de los colectivos implicados en el sector audiovisual y de los medios de comunicación: empresas, instituciones, investigadores, docentes, estudiantes universitarios y no universitarios, tecnólogos, administraciones públicas, asociaciones de usuarios, expertos/as	Sí	11 cátedras en 10 universidades públicas. -Universidad Politécnica de Madrid (UPM). -Universidad Autónoma de Barcelona. -Universidad Carlos III de Madrid (UC3M) -Universidad de Zaragoza (UNIZAR) -Universidad de Salamanca (USAL) sobre Emprendimiento en el Sector Media. -Universidad de Sevilla (US) Cátedra RTVE-Universidad de Salamanca (USAL) sobre Niñ@s, Jóvenes y Medios. - Universidad de Santiago de Compostela (USC) - Universidad Jaume I (UJI) - Universidad de Granada (UGR) -Universidad de Alcalá (UAH)	439.887,89 €	Mejor conocimiento de su área de actividad, desarrollo tecnológico del sector audiovisual, aumento de la conciencia sobre los desafíos de los medios de comunicación en la sociedad digital y fomento del emprendimiento, la alfabetización mediática e informacional y el papel de los medios públicos.		Si
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	La manosfera al descubierto (Lab RTVE)	Hasta 10/2025	1, 2, 4,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Proyecto dividido en 5 temáticas: antifeminismo, estereotipos de género, sexualidad, violencia de género y éxito personal. El objetivo es defender valores democráticos como la igualdad y analizar la manosfera con una mirada crítica y tratar de profundizar en los mensajes.	No	Asociación mujeres juristas Themis Aba Abogadas Asociación de Mujeres Juezas de España (Gloria Poyatos) Consejo General del Poder Judicial (Susana Nieves Coll)		6.444 usuarios únicos con 17.909 visualizaciones	Amplia repercusión en otros medios, con coberturas en periódicos digitales y radios de alcance nacional, así como con una serie de artículos publicados por RTVE Noticias.	Si
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	RTVE Play - Programa Literal	Hasta 10/2025	1, 2, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	'Literal', es un espacio de análisis, divulgación y conversación presentado por Emilio Doménech. Combina datos contrastados, referencias culturales y testimonios personales, con una duración de 45 minutos por episodio.	No			En cuanto a la audiencia obtenida por Literal desde su estreno, el dato en RTVE Play es de 53.595 visualizaciones y 36.095 usuarios únicos. Mientras que en YouTube alcanza los 2,6 millones de reproducciones.	Media-alta	Si

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Informaciones en los Telediarios	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 3, 4, 6,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Difusión de noticias en los Telediarios para combatir la desinformación y los bulos. Entre noviembre 2022 y octubre 2025, las distintas ediciones de los Telediarios han emitido 191 noticias relacionadas con la alfabetización mediática con una duración acumulada de 4 horas, 17 minutos y 27 segundos.	No	Colaboraciones realizadas por el departamento VerificaRTVE.			RTVE , uno de los medios más consultados para verificar información: https://www.unav.edu/web/digital-news-report/entradas/-/blogs/informe-ejecutivo-2025 . Los Informativos RTVE han registrado el mejor dato de septiembre 2025 (13,5%), y mayor crecimiento interanual de los últimos 24 años (1,9 puntos).	Media-alta	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	RNE - Programa "Cruce de Cables"	2024, hasta 10/2025	1, 2, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Diseñado para acercar el mundo de la tecnología a todas las personas, sin importar su nivel de conocimiento previo. Se explican las últimas novedades en el ámbito de las nuevas tecnologías, desde la inteligencia artificial hasta los gadgets más innovadores.	No			Difundir información de servicio público sobre dicha temática.	Media-alta	Sí	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Proyecto "Identificación, verificación y respuesta. El estado democrático ante el reto de la desinformación interesada" (IVERES).	Desde 11/2022, 2023, 2024	1, 2, 3, 4, 5, 6, otro: "Mejorar la lucha contra la desinformación y reforzar, específicamente, la lucha contra las nuevas formas de desinformación que recurren a formatos audiovisuales, cada vez más virales y creíbles."	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	El proyecto IVERES es un sistema de verificación que ayuda en la protección del estado democrático y la salvaguarda de la información veraz que debe recibir la ciudadanía. La actividad culminante del proyecto fue el Curso de Verano "IA y Medios: estrategias innovadoras frente a la desinformación".	Sí	IVERES es una colaboración de RTVE con la Universidad Autónoma de Barcelona con alianzas con otras instituciones y empresas públicas y privadas, y de cátedras con las universidades públicas españolas Universidad Politécnica de Barcelona, Carlos III de Madrid y Universidad de Granada.	247.650,00 €	El proyecto ha logrado un avance significativo en la lucha contra la desinformación, siendo galardonado con el Premio al Mejor Proyecto Público en los Premios Nacionales de Ingeniería Informática.	Alto. La herramienta desarrollada resulta ser un recurso eficaz de sensibilización y capacitación frente a la desinformación.	No	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa de televisión 'Seguridad Vital 5.0'. Capítulo emitido el 14/4/2024 en La 2. Proyecto 'Proyecto Generación D'	2024, hasta 10/2025	1, 2, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán Euskera Gallego	'Seguridad Vital 5.0' es un programa centrado en valores de seguridad vial y movilidad sostenible, que integra tecnología y digitalización como pilares del aprendizaje ciudadano. Este programa está dedicado a las cifras de siniestralidad del 2023 y al uso de la IA en revisión de carreteras.	Sí	El Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial y Red.es.	32.643,91 €	Este capítulo del programa, que se estrenó en abril de 2024 en La 2, como una nueva temporada del consolidado programa 'Seguridad Vital', obtuvo una cuota de pantalla de 1,5 con 122.000 espectadores. Consumo digital: más de 24.000 visualizaciones de vídeo en RTVE Play.	'Seguridad Vital 5.0' se puede considerar eficaz al promover la alfabetización mediática al integrar la educación vial con el uso de tecnologías emergentes, fomentando una comprensión crítica del papel de la innovación en la seguridad ciudadana.	Sí	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa de televisión 'Seguridad Vital 5.0'. Capítulo emitido el 20/4/2024 en el canal La 2. Proyecto 'Proyecto Generación D'	2024, hasta 10/2025	1, 2, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán Euskera Gallego	Seguridad Vital 5.0 es un programa centrado en valores de seguridad vial y movilidad sostenible. Este capítulo, centrado en los peligros de los patinetes eléctricos, conducción autónoma y sistemas ADAS, impulsa la comprensión crítica del uso y representación mediática de las tecnologías digitales.	Sí	El Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial y Red.es.	32.643,91 €	Este capítulo del programa se emitió en La 2, y obtuvo una cuota de pantalla de 1,8, con 156.000 espectadores. Con relación al consumo digital, el programa ha conseguido, desde su estreno hasta la fecha actual, más de 24.000 visualizaciones de vídeo en RTVE Play.	'Seguridad Vital 5.0' se puede considerar eficaz al promover la alfabetización mediática al integrar la educación vial con el uso de tecnologías emergentes, fomentando una comprensión crítica del papel de la innovación en la seguridad ciudadana.	Sí	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa de televisión 'Seguridad Vital 5.0'. Capítulo emitido el 7/7/2024 en el canal La 2 y RTVE Play. Proyecto 'Proyecto Generación D'.	2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán Euskera Gallego	En este capítulo se entra por primera vez en el laboratorio IDIADA (Tarragona) para presenciar un crash test de Euro NCAP, mostrando la mejora de la seguridad en carretera. Además, se muestra cómo distintas generaciones se adaptan al entorno tecnológico mediante apps, vehículos compartidos y GPS.	Sí	El Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial y Red.es.	32.643,91 €	Este capítulo del programa obtuvo una cuota de pantalla en La 2 de 1,6 con 128.000 espectadores. Con relación al consumo digital, el programa ha conseguido, desde su estreno hasta la fecha actual, más de 24.000 visualizaciones de vídeo en RTVE Play.	'Seguridad Vital 5.0' demuestra un alto grado de eficacia en la promoción de la alfabetización mediática al combinar la educación vial con la comprensión de tecnologías emergentes, fomentando un pensamiento crítico sobre la innovación en seguridad ciudadana.	Sí	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa de televisión 'Seguridad Vital 5.0'. Capítulo emitido el 16/6/2024 en el canal La 2. Proyecto 'Proyecto Generación D'.	2024, hasta 10/2025	1, 2, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán Euskera Gallego	En este capítulo se aborda la correcta colocación de las sillitas infantiles y cómo los peatones pueden desplazarse por la ciudad de forma segura con la ayuda de aplicaciones digitales. También se presentan las últimas innovaciones tecnológicas de las motocicletas para prevenir accidentes.	Sí	El Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial y Red.es.	32.643,91 €	Este capítulo del programa obtuvo una cuota de pantalla de 1,8 con 161.000 espectadores. Con relación al consumo digital, el programa ha conseguido, desde su estreno hasta la fecha actual, más de 24.000 visualizaciones de vídeo en RTVE Play.	'Seguridad Vital 5.0' demuestra un grado alto de eficacia al combinar educación vial y movilidad sostenible con la alfabetización mediática, facilitando que la ciudadanía comprenda y evalúe de manera crítica la información tecnológica aplicada a la seguridad en carretera.	Sí	

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa de televisión 'Seguridad Vital 5.0'. Capítulo emitido el 26/5/2024 en el canal La 2. Proyecto 'Proyecto Generación D'.	2024, hasta 10/2025	1, 2, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán Euskera Gallego	En este capítulo, Valentín Requena acompaña al espectador en el recorrido completo de un trayecto en bicicleta urbana, desde la reserva en aplicaciones móviles hasta la devolución. Además, se analiza la tecnología de semáforos inteligentes que regula el tráfico en tiempo real mediante fibra óptica.	Sí	El Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial y Red.es.	32.643,91 €	Este capítulo del programa obtuvo una cuota de pantalla de 1,2 con 103.000 espectadores. Con relación al consumo digital, el programa ha conseguido, desde su estreno hasta la fecha actual, más de 24.000 visualizaciones de vídeo en RTVE Play.	'Seguridad Vital 5.0' alcanza un alto grado de eficacia en materia de alfabetización mediática al vincular directamente educación vial, movilidad sostenible y tecnologías emergentes con el desarrollo de competencias críticas de la ciudadanía.	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Episodio Anuncios IA / Programa Sin filtros 3,2, 1 / Proyecto GENERACIÓN D.	2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 6, otro: "Analizar críticamente la calidad, credibilidad, propósito y sesgos de los mensajes mediáticos."	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	'Sin filtros 3,2,1' es un espacio audiovisual en formato reportaje-entrevista. El episodio busca captar y visibilizar la percepción de la ciudadanía joven sobre los retos del ecosistema digital contemporáneo, marcado por la transformación de patrones de comunicación, consumo e interacción social.	Sí	El Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial y Red.es.	1.064,80 €	El programa de 'Sin filtros 3,2,1' ha registrado un total de 10.017 reproducciones en Radio3 Extra, la plataforma digital de RTVE dedicada a contenidos culturales, musicales, de información alternativa y programas especializados que complementan la oferta de Radio 3 y otros canales públicos.	La acción puede considerarse de eficacia media, ha conseguido llegar a un público joven mediante canales digitales habituales para este segmento, como Radio3 Extra, especializado en contenidos culturales, musicales y de análisis social.	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Episodio Música para todos / Programa Sin filtros 3,2, 1 / Proyecto GENERACIÓN D.	2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Espacio en formato reportaje-entrevista. Este episodio se centra en el impacto de la IA en la producción cultural, tomando como referencia la plataforma Sunno, y en los hábitos de consumo de información de los ciudadanos y las estrategias que emplean para mantenerse actualizados.	Sí	El Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial y Red.es.	1.064,80 €	El programa de 'Sin filtros 3,2,1' ha registrado un total de 10.017 reproducciones en Radio3 Extra, la plataforma digital de RTVE dedicada a contenidos culturales, musicales, de información alternativa y programas especializados que complementan la oferta de Radio 3 y otros canales públicos.	La acción puede considerarse de eficacia media-alta, dado que logra llegar a un público joven y digitalmente activo a través de un canal que les resulta habitual, Radio3 Extra, especializado en contenidos culturales, musicales y de información alternativa.	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Episodio Influencia ciega / Programa Comando actualidad 5.0 / Proyecto GENERACIÓN D	2024, hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6, otro: "Concienciar sobre la publicidad engañosa/encubierta"	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Programa con un formato de reportaje de investigación. El programa analiza, desde una perspectiva informativa y divulgativa, la influencia social y los posibles riesgos asociados al consumo no crítico de contenidos digitales, especialmente entre el público joven.	Sí	El Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial y Red.es.	86.983,93 €	El episodio "Influencia ciega", se emitió en La 1 el 08-06-2024, consiguiendo una audiencia en el lineal de 168.000 espectadores, con una cuota de pantalla del 5,2. La temporada, dedicada al desarrollo de competencias digitales, consiguió una audiencia media de 168.000 espectadores por capítulo.	La acción puede considerarse de alta eficiencia, dado que ha alcanzado una audiencia significativa en televisión lineal (168.000 espectadores y un 5,2 % de cuota de pantalla) y en RTVE Play (con 4.991 visualizaciones acumuladas).	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Episodio Delitos en la red / Programa Comando actualidad 5.0 / Proyecto GENERACIÓN D.	2024, hasta 10/2025	2, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Programa con un formato de reportaje de investigación. El programa analiza los principales delitos informáticos contemporáneos, como el phishing, el vishing o el robo de datos personales, mostrando su impacto creciente en la vida cotidiana y en la seguridad de la ciudadanía.	Sí	El Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial y Red.es.	86.983,93 €	El episodio se estrenó en La 1 el 08-06-2024, consiguiendo una audiencia en el lineal de 168.000 espectadores, con una cuota de pantalla del 5,2. En RTVE Play, el programa ha obtenido 4.798 visualizaciones de vídeo, y ha sido visitado por 3.159 visitantes únicos hasta el momento.	La acción puede considerarse de alta eficacia, tanto por la audiencia alcanzada, pudiendo impactar un público diverso, como por su contribución directa a la alfabetización mediática y a la seguridad digital dentro del marco del proyecto Generación D.	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa La tirita digital / Sección En internet todos me llaman (5 episodios) / Proyecto GENERACIÓN D.	2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, otro: "Conocer la netiqueta".	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Sección 'En Internet todos me llaman', del programa La Tirita digital (son cinco píldoras audiovisuales de aproximadamente seis minutos emitidos en RTVE Play, La 2 y la desconexión de La 2). Cada episodio aborda un eje temático asociado a un tipo de discriminación o etiqueta digital.	Sí	El Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial y Red.es.	32.309,42 €	'La Tirita Digital' ha tenido 27.634 visualizaciones de vídeo en RTVE Play, con una audiencia media en las emisiones de La 2 de 30.069 telespectadores, llegando a alcanzar picos de hasta 263.000 espectadores en una sola emisión. En emisiones territoriales de La 2 la audiencia media fue de 18.353.	Alta eficacia, por su alcance multiplataforma y su capacidad para integrar contenidos educativos en un formato breve y actual. La sección 'En Internet me llaman' impulsa la reflexión crítica sobre el lenguaje digital, la identidad online y la responsabilidad en la creación de contenidos.	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa La tirita digital / Sección Qué no te líen / Proyecto GENERACIÓN D.	2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Sección 'Que no te líen' del programa La Tirita digital (10 píldoras audiovisuales emitidas en RTVE Play, La 2 y La 2 regional). El formato ofrece consejos prácticos para desenvolverse de forma segura y crítica en el entorno digital, comprendiendo los riesgos y dinámicas de la vida en línea.	Sí	El Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial y Red.es.	64.618,84 €	'La Tirita Digital' ha tenido 27.634 visualizaciones de vídeo en RTVE Play, con una audiencia media en las emisiones de La 2 de 30.069 telespectadores, llegando a alcanzar picos de hasta 263.000 espectadores en una sola emisión. En emisiones territoriales de La 2 la audiencia media fue de 18.353.	Alta eficiencia. A través de sus clips breves, 'Que no te líen' promueve la comprensión crítica del ecosistema digital, facilitando que los espectadores identifiquen riesgos, evalúen la fiabilidad de la información y reconozcan los mecanismos de manipulación y desinformación.	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa La tirita digital / Sección 'Échame un cable' (10 episodios) / Proyecto GENERACIÓN D.	2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 5, otro: "Fomentar la autonomía digital ciudadana"	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	'Échame un cable' es una sección compuesta por diez píldoras audiovisuales emitidas en RTVE Play, La 2 y la desconexión de La 2. Cada clip ofrece una guía práctica y sencilla sobre el uso de herramientas y aplicaciones digitales (por ejemplo: certificado digital, sistema Cl@ve, instalar VPN...).	Sí	El Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial y Red.es.	64.618,84 €	'La Tirita Digital' ha tenido 27.634 visualizaciones de vídeo en RTVE Play, con una audiencia media en las emisiones de La 2 de 30.069 telespectadores, llegando a alcanzar picos de hasta 263.000 espectadores en una sola emisión. En emisiones territoriales de La 2 la audiencia media fue de 18.353.	Alta eficacia. 'Échame un cable' contribuye a la autonomía digital del ciudadano, reforzando competencias clave del marco competencial DigComp, especialmente en las áreas de información, comunicación, seguridad y resolución de problemas.	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa de televisión 'La Vuelta a la España Digital'. Capítulo emitido el 16/3/2025 en el canal La 2, titulado 'Agromatch - Extremadura'. 'Proyecto Generación D'.	Hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán Euskera Gallego	'Agromatch Extremadura' es uno de los 13 capítulos del programa 'La vuelta a la España digital' en el que la activista y divulgadora medioambiental Carlota Bruna recorre diferentes espacios rurales para mostrar cómo la tecnología está transformando la agricultura y la gestión ambiental.	Sí	El Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial y Red.es.	83.798,42 €	Este capítulo del programa obtuvo una cuota de pantalla de 1,7 con 169.000 espectadores. En su retransmisión, 9.000 espectadores más. Con relación al consumo de vídeo acumulado en RTVE Play, el programa ha obtenido 15.825 visualizaciones de vídeo.	Alta eficacia. El capítulo Agromatch Extremadura expone de manera práctica cómo la digitalización transforma la agricultura y la gestión ambiental, lo que permite a la audiencia comprender, evaluar y contextualizar la información digital.	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa de televisión 'La Vuelta a la España Digital'. Capítulo emitido el 26/1/2025 en el canal La 2, titulado 'Al GUA - Cataluña'. Proyecto Generación D.	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán Euskera Gallego	'La Vuelta a la España Digital' es un programa televisivo de 13 capítulos que combina reportaje, entrevistas y narración de viaje. En este episodio se explora el poder transformador de la Inteligencia Artificial en la lucha contra desafíos globales como el cambio climático.	Sí	El Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial y Red.es.	83.798,42 €	Este capítulo de 'La Vuelta a la España Digital' visita una zona agrícola de Lleida analizando el impacto de la sequía en los agricultores, un Eco Hotel que demuestra prácticas de turismo sostenible y el Barcelona Supercomputing Center que predice eventos naturales a través del proyecto DestinE.	Alta eficacia. Combinar reportajes en terreno, entrevistas con expertos y visitas a infraestructuras tecnológicas permite que la audiencia comprenda de manera práctica el papel de la IA y los datos masivos en gestión de fenómenos climáticos, fomentando la evaluación crítica de información compleja.	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa de televisión 'La Vuelta a la España Digital'. Capítulo emitido el 23/2/2025 en el canal La 2, titulado 'Digestión - Asturias y Cantabria'. Proyecto 'Proyecto Generación D'.	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán Euskera Gallego	En este episodio de 'La Vuelta a la España Digital', Carlota Bruna explora la problemática del desperdicio de comida en España, mostrando cómo aplicaciones y plataformas digitales contribuyen a reducirlo y generar un impacto social positivo.	Sí	El Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial y Red.es.	83.798,42 €	Este capítulo del programa obtuvo una cuota de pantalla de 2,2 con 213.000 espectadores. Su retransmisión fue vista por 6.000 espectadores más. Con relación al consumo de vídeo acumulado en RTVE Play, el programa ha obtenido 15.825 visualizaciones de vídeo hasta la actualidad.	Alta eficacia. Al presentar casos prácticos sobre la reducción del desperdicio de comida y el uso de herramientas digitales en contextos cotidianos, el programa ofrece a la audiencia ejemplos concretos de cómo la tecnología puede ser aplicada para resolver problemas sociales y ambientales.	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa de televisión 'La Vuelta a la España Digital'. Capítulo emitido el 9/3/2025 en el canal La 2, titulado 'Digitavengers - Castilla y León'. Proyecto Generación D.	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán Euskera Gallego	En el capítulo "Digitavengers - Castilla y León", se recorren distintos territorios rurales para analizar cómo la digitalización puede ser una herramienta clave frente a la despoblación y la desigualdad territorial.	Sí	El Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial y Red.es.	83.798,42 €	Este capítulo del programa obtuvo una cuota de pantalla de 2,5 con 225.000 espectadores, y en su retransmisión, 7.000 espectadores más. Con relación al consumo de vídeo acumulado en RTVE Play, el programa ha obtenido 15.825 visualizaciones de vídeo hasta la actualidad.	Alta eficacia, tanto por su impacto mediático como por su contribución directa a la alfabetización digital y mediática de la ciudadanía. Con una audiencia de 225.000 espectadores y una cuota de pantalla del 2,5%, el programa logra posicionar la digitalización rural como un tema de interés público.	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa de televisión 'La Vuelta a la España Digital'. Capítulo emitido el 19/1/2025 en el canal La 2, titulado 'Digittrash - Aragón'. Proyecto Generación D.	Hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán Euskera Gallego	En el capítulo del programa se aborda el impacto medioambiental del uso cotidiano de la tecnología, explorando el ciclo de vida de los dispositivos electrónicos y el problema global de la basura digital. Visitas a plantas de reciclaje, proyectos de economía circular y transformación de residuos.	Sí	El Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial y Red.es.	83.798,42 €	Este capítulo del programa obtuvo una cuota de pantalla de 1,7 con 169.000 espectadores. Su retransmisión fue vista por 23.000 personas. Con relación al consumo de vídeo acumulado en RTVE Play, el programa ha obtenido 15.825 visualizaciones de vídeo hasta la actualidad.	Alta eficacia, tanto por su capacidad para vincular alfabetización mediática y sostenibilidad digital como por su impacto social y educativo.	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa de televisión 'La Vuelta a la España Digital'. Capítulo emitido el 13/4/2025 en el canal La 2, titulado 'Pinacotech - Madrid'. Proyecto Generación D.	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán Euskera Gallego	En este capítulo, se explora el vínculo entre el arte y la tecnología como motor de transformación social y medioambiental. Se visitan talleres, espacios culturales y proyectos artísticos donde la creación digital se pone al servicio de la conciencia ecológica y la acción colectiva.	Sí	El Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial y Red.es.	83.798,42 €	Este capítulo del programa obtuvo una cuota de pantalla de 1,7 con 141.000 espectadores. Con relación al consumo de vídeo acumulado en RTVE Play, el programa ha obtenido 15.825 visualizaciones de vídeo hasta la actualidad.	Alta eficacia en la promoción de la alfabetización mediática, al utilizar el arte digital como herramienta pedagógica y de sensibilización.	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa de televisión 'La Vuelta a la España Digital'. Capítulo emitido el 12/1/2025 en el canal La 2 y titulado 'Pirotecnia - Comunidad Valencia'. Proyecto Generación D.	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán Euskera Gallego	Este capítulo se adentra en distintas iniciativas que muestran cómo la innovación digital impulsa soluciones sostenibles: desde el uso de tecnologías para la prevención de incendios y la reforestación con créditos de carbono, hasta la movilidad inteligente y el fenómeno de los nómadas digitales.	Sí	El Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial y Red.es.	83.798,42 €	Este capítulo del programa obtuvo una cuota de pantalla de 2,4 con 250.000 espectadores. Su redifusión fue vista por 25.000 espectadores. Con relación al consumo de vídeo acumulado en RTVE Play, el programa ha obtenido 15.825 visualizaciones de vídeo hasta la actualidad.	El programa demuestra un alto grado de eficacia en la promoción de la alfabetización mediática, al traducir la complejidad de los procesos tecnológicos en narrativas accesibles, atractivas y con un claro enfoque de servicio público.	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa de televisión 'La Vuelta a la España Digital'. Capítulo emitido el 2/3/2025 en el canal La 2, titulado 'SMSOS Galicia'. Proyecto Generación D.	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán Euskera Gallego	En este capítulo, se profundiza en el papel de las tecnologías de la comunicación como motor de cambio social, mostrando cómo las herramientas digitales pueden movilizar a la ciudadanía en torno a la protección del medio ambiente.	Sí	El Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial y Red.es.	83.798,42 €	Este capítulo del programa obtuvo una cuota de pantalla de 1,7 con 170.000 espectadores. En su redifusión, 12.000 espectadores. Con relación al consumo de vídeo acumulado en RTVE Play, el programa ha obtenido 15.825 visualizaciones de vídeo hasta la actualidad.	Alta eficacia, ya que el programa integra la alfabetización mediática desde un enfoque práctico, participativo y emocionalmente conectado con los retos sociales y ambientales.	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa de televisión 'La Vuelta a la España Digital'. Capítulo emitido el 16/2/2025 en el canal La 2, titulado 'Techxit-Euskadi'. Proyecto Generación D.	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán Euskera Gallego	En este capítulo, centrado en el País Vasco, la presentadora analiza el impacto de la tecnología en la educación y el bienestar juvenil. Se investigan iniciativas que promueven el uso responsable de los dispositivos y las redes sociales, abordando los efectos del exceso de conectividad.	Sí	El Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial y Red.es.	83.798,42 €	Este capítulo del programa obtuvo una cuota de pantalla de 1,9 con 179.000 espectadores. Su redifusión fue vista por 9.000 personas. Con relación al consumo de vídeo acumulado en RTVE Play, el programa ha obtenido 15.825 visualizaciones de vídeo hasta la actualidad.	Alta eficacia, dado que combina un enfoque divulgativo y educativo con un formato televisivo accesible y atractivo, logrando trasladar conceptos complejos de bienestar digital al público general.	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa Ciberdelitos/ Proyecto GENERACIÓN D.	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 5, 6, otro: "Promover la protección de datos".	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán Euskera Gallego Inglés	'Ciberdelitos' es un programa en formato reportaje de investigación y divulgación sobre la ciberdelincuencia: desde estafas económicas y suplantaciones de identidad, acoso en línea, fraude mediante criptomonedas, participación de unidades especializadas de la Guardia Civil o Policía Nacional...	Sí		527.482,26 €	Hasta la fecha actual, 'Ciberdelitos' ha emitido únicamente los tres primeros capítulos de una serie de trece entregas, programadas en La 2 y RTVE Play los domingos por la tarde. La audiencia acumulada de los tres primeros episodios supera los 500.000 espectadores.	Aún es pronto para valorar con precisión el grado de eficacia de la medida, dado que el programa 'Ciberdelitos' continúa en emisión. No obstante, los resultados iniciales, tanto en televisión lineal como en el canal digital, a través de RTVE Play, permiten anticipar una alta eficacia potencial.	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa La fiesta digital / Emisión en La 2 / Proyecto GENERACIÓN D.	2024	1, 2, 3, 5, otro: "Resolución de problemas".	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán Euskera Gallego	Las fiestas populares de los pueblos de España son el eje central de 'La fiesta digital'. En cada episodio, se desarrolla un "taller digital", un espacio interactivo donde los vecinos y vecinas del pueblo podrán explorar el uso de las aplicaciones móviles más avanzadas.	Sí	El Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial y Red.es.	896.792,70 €	'La fiesta digital' está compuesto por 12 programas emitidos en RTVE Play, La 2 y en las desconexiones territoriales de La 2 regional durante 2024. El programa consiguió una audiencia total de 2.148.000 de espectadores con una media de cuota de pantalla de 1,9.	El programa 'La fiesta digital' resulta especialmente eficaz para promover la alfabetización mediática porque combina aprendizaje práctico, participación social y entretenimiento en un contexto cercano como son las fiestas populares.	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Acciones transversales 'Digitalízate con nosotros'/ Clip 'Amenazas tras un perfil de redes sociales'/ Proyecto GENERACIÓN D.	Hasta 10/2025	2, 3, 4, 5, otro: "Promover la conciencia digital y la responsabilidad en el uso de redes sociales, fomentando la identificación y denuncia de comportamientos ilícitos o nocivos en línea."	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	'Amenazas tras un perfil de redes sociales' es una pieza emitida dentro del programa Mañaneros 360 el 9 de julio de 2025, en formato de reportaje. Se menciona la labor de las unidades especializadas de la Policía Nacional, y se explican los mecanismos de rastreo y sanción de este tipo de delitos.	Sí		715,53 €	El reportaje registró 383.000 espectadores y una cuota de pantalla del 12,4%, cifras destacadas en un formato de entretenimiento matinal. Este resultado demuestra el interés del público por los contenidos que combinan divulgación, seguridad digital y pensamiento crítico.	El grado de eficacia puede considerarse alto, tanto por la repercusión del caso tratado como por el enfoque divulgativo y preventivo del contenido.	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Acciones transversales 'Digitalízate con nosotros'/ Clip 'La estafa del jefe'/ Proyecto GENERACIÓN D.	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6, otro: "Promover el pensamiento crítico frente a contenidos manipulados mediante inteligencia artificial y fomentar la capacidad de identificar riesgos en comunicaciones digitales."	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	La acción transversal de 'La estafa del jefe' es una pieza que se incluyó dentro del programa Mañaneros 360, el 06-08-2025, en La 1 y RTVE Play, que abordó un caso real de fraude telefónico mediante clonación de voz por IA, en el que se solicitaba a una trabajadora una transferencia económica.	Sí		1.501,41 €	La pieza 'La estafa del jefe' se emitió el 6 de agosto de 2025 dentro del programa Mañaneros 360, alcanzando 362.000 espectadores y una cuota de pantalla del 12,4%, un resultado destacado considerando que se trata de un formato magazine de gran consumo generalista.	Puede considerarse alto, ya que la pieza logró una audiencia significativa, alcanzando un público amplio que busca el entretenimiento de un magazine como es Mañaneros 360 y, al mismo tiempo, recibe formación en alfabetización mediática.	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Acciones transversales 'Digitalízate con nosotros'/ Clip 'Mayores vs. Hackers'/ Proyecto GENERACIÓN D.	2023	1, 2, 3, 4, 5, 6, otro: "Fomentar la autonomía digital de los colectivos con más riesgo de padecer la brecha digital."	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	'Mayores vs. Hackers' es un breve reportaje divulgativo de dos minutos, emitido dentro del programa Mañaneros el pasado 5 de diciembre de 2023, orientado a la formación práctica digital para personas mayores	Sí		700,00 €	La emisión de 'Mayores vs. Hackers' alcanzó una audiencia de 262.000 espectadores y una cuota de pantalla del 8,4%, lo que representa un impacto notable en un espacio matinal de carácter generalista.	Puede considerarse alto, dado su impacto formativo y su clara orientación a la capacitación digital práctica. Concretamente, del colectivo senior, quienes acostumbran a estar más expuestos a la brecha digital.	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Acciones transversales 'Digitalízate con nosotros'/ Clip 'Estafada y endeudada'/ Proyecto GENERACIÓN D.	2023	1, 2, 5, 6, otro: "Fomentar la capacidad ciudadana para identificar mensajes fraudulentos, analizar críticamente las comunicaciones digitales y actuar de forma segura y responsable ante ciberestafas."	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	La pieza 'Estafada y endeudada' trata el caso real de una víctima de smishing para explicar de forma clara cómo operan los ciberdelincuentes que suplantan a entidades bancarias mediante SMS falsos.	Sí		1.775,00 €	El reportaje alcanzó 324.000 espectadores y una cuota de pantalla del 9,7 %, consolidando un gran impacto la franja matinal y demostrando la efectividad del formato divulgativo para promover la alfabetización mediática entre audiencias generalistas.	Alto, por el alcance de la audiencia y por la narrativa empleada en el reportaje: se expone el caso, se analiza y se invita a la ciudadanía a actuar, representando un ejemplo óptimo de alfabetización mediática aplicada. Genera conciencia crítica y ofrece pautas concretas de prevención y actuación.	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Acciones transversales 'Digitalízate con nosotros'/ Clip 'Estafa en la banca móvil'/ Proyecto GENERACIÓN D.	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6, otro: "Promover el pensamiento crítico frente a contenidos manipulados por aplicaciones informáticas y fomentar la capacidad de identificar riesgos en comunicaciones digitales."	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	'Estafa en la banca móvil' es una pieza dentro del programa Mañaneros 360, el 05-09-2025, en La 1 y RTVE Play, un caso real de fraude telefónico donde el delincuente suplantó a un empleado de banca, avisando a la víctima de que alguien intentaba hackear su cuenta para que pasase su dinero a otra.	Sí		419,96 €	La pieza 'Estafa en la banca móvil' se emitió el 5 de septiembre de 2025 dentro del programa Mañaneros 360, alcanzando 345.000 espectadores y una cuota de pantalla del 12,1%, un resultado destacado considerando que se trata de un formato magazine de gran consumo generalista.	El grado de eficacia de la medida puede considerarse alto, ya que la pieza logró una audiencia significativa, alcanzando un público amplio que busca el entretenimiento de un magazine como es Mañaneros 360 y, al mismo tiempo, recibe formación en alfabetización mediática.	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Acciones transversales 'Digitalízate con nosotros'/ Clip 'El timo del falso paquete de Correos'/ Proyecto GENERACIÓN D.	2023, hasta 10/2025	1, 2, 5, 6, otro: "Promover la capacidad de verificación de fuentes e identificación de intentos de suplantación."	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	El reportaje, emitido dentro del programa Mañaneros, presenta una tendencia cada vez más frecuente de phishing en el que los ciberdelincuentes suplantan la identidad de Correos para obtener datos personales y bancarios.	Sí		2.912,68 €	El reportaje obtuvo una audiencia de 181.000 espectadores y una cuota de pantalla del 8,4 %, el pasado 15 de mayo de 2023. Su emisión permitió acercar conceptos complejos de seguridad digital a un público generalista, logrando un impacto formativo significativo.	El grado de eficacia de la medida puede considerarse alto, ya que la pieza logró una audiencia significativa, alcanzando un público amplio y heterogéneo propio de un magazine como es Mañaneros y, al mismo tiempo, recibe formación en alfabetización mediática.	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Acciones transversales 'Digitalízate con nosotros'/ Clip '¿Cómo no ser víctima de los ciberdelincuentes?'/ Proyecto GENERACIÓN D.	2023, hasta 10/2025	1, 2, 5, 6, otro: "Promover la capacidad de verificación de fuentes e identificación de intentos de suplantación."	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Se emitió en el programa La hora de La 1. A través de la intervención de un inspector de la Policía Nacional especializado en ciberdelincuencia, se explican de forma clara los métodos de suplantación de identidad y las estrategias de prevención ante el spoofing.	Sí		1.628,94 €	El reportaje obtuvo una audiencia de 189.000 espectadores y una cuota de pantalla del 8,9%.	Los indicadores de audiencia y la claridad del mensaje permiten considerar haber obtenido un alto grado de eficacia.	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Campañas de alfabetización mediática	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 5, 6,	4	Estatal	Castellano	Emisión de Campañas de fomento de "alfabetización mediática" Año 2022: 252 Emisiones Año 2023: 1.496 Emisiones Año 2024: 748 Emisiones Año 2025: 573 Emisiones (a 16 de Octubre).	No	Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), Fundación Cibervoluntarios		Satisfactorios	Las campañas emitidas en el Canal Lineal TV y en RRSS y Plataformas Digitales, han sido acogidas de manera muy positiva y ha repercutido para que otros colaboradores quieran sumarse a las iniciativas del Canal Clan.	No
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa Aprendemos Team Total	Hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6,	4	Estatal	Castellano	Programa Aprendemos Team Total. Forma parte del "Proyecto Aprendemos" y está subvencionado con 1.200.000 al año para todo el proyecto.	Sí	Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes	1.200.000,00 €	Programa de televisión. Magazine en directo. Del 22/9/25 al 19/12/25 - 65 programas	El programa cumplió con las estimaciones esperadas	No
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa Aprendemos en Clan El Debate	Desde 11/2022, 2023, 2024,	1, 2, 4, 5, 6,	4	Estatal	Castellano	Programa de televisión. Fechas de estreno del 28/5/21 al 22/12/23 total 79 capítulos Forma parte del "Proyecto Aprendemos" y está subvencionado con 1.200.000 al año para todo el proyecto.	Sí	Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes	1.200.000,00 €	El programa cumplió con las audiencias estimadas y tuvo una buena acogida en la comunidad educativa.	Audiencias medias 2022: 10,39 Audiencias medias 2023: 8,95 Audiencias medias 2024: 7,44	No
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa Aprendemos El Reto	2024, hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6,	4	Estatal	Castellano	Programa de televisión. Concurso. Aprendemos en clan la Caja. Fechas estreno del 4/5/24 al 28/12/24 - total 13 capítulos Forma parte del "Proyecto Aprendemos" y está subvencionado con 1.200.000 al año para todo el proyecto.	Sí	Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes	1.200.000,00 €	El programa cumplió con las audiencias estimadas.	Audiencia media 2024: 7,44	No

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa Aprendemos El Reto	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6,	4	Estatal	Castellano	Programa de televisión. Aprendemos en Clan El Reto fechas estreno del 7/9/23 al 18/12/25 - 59 programas (actualmente en producción) Forma parte del "	Sí	Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes	1.200.000,00 €	El programa cumplió con las audiencias estimadas.	Audiencia media 2023: 8,95 Audiencia media 2024: 7,44	No
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (Radio Exterior de España)	Programa ARTESFERA	2023	1, 4, 5, 6	1, 2, 3	Estatal	Castellano	Campaña "Para que no te la cuelen" de alfabetización mediática, una veintena de localidades rurales y con poca población, recorriendo, prácticamente toda la Península, en el "Bulobus"	No	Google y Maldita		Difundir información relacionada con la materia de alfabetización mediática	Media / alta	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (Radio Exterior de España)	Artesfera. Diez pasos contra la información engañosa en Internet	2023	1, 2, 4, 5, 6	1, 2, 3	Estatal	Castellano	Entrevista con Jorge Flores, director de la Asociación Pantallas Amigas en su campaña de alfabetización mediática e informativa, que presenta la asociación Pantallas Amigas promocionando del uso seguro y saludable de Internet y otras TIC	No	Asociación Pantallas Amigas		Difundir información relacionada con la materia de alfabetización mediática	media / alta	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (RTVEPLAY)	Influ realismo mágico (podcast)	Hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	10 episodios de podcast. El objetivo es dar a conocer el marketing que hay detrás de las redes sociales y los influencers para analizar la cara B de la publicidad en redes desde la crítica y con sentido del humor	No			21.475 usuarios únicos y 41.030 escuchas	No se ha podido comprobar la eficacia	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (VerificaRTVE)	VerificaRTVE en el Informativo 14 Horas de RNE	Hasta 10/2025	1, 5, 6,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Intervenciones puntuales en el informativo 14 Horas de RNE desmintiendo bulos relacionados con temas de actualidad como la dana de Valencia o el apagón del 28 de abril explicando los procesos de verificación y ofreciendo consejos para detectar contenidos falsos o engañosos.	No					
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (VerificaRTVE)	VerificaRTVE en el Informativo 24 Horas de RNE	Hasta 10/2025	1, 5, 6,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Intervenciones puntuales en el informativo 24 Horas de RNE desmintiendo bulos relacionados con temas de actualidad como la dana de Valencia o el apagón del 28 de abril explicando los procesos de verificación y ofreciendo consejos para detectar contenidos falsos o engañosos.	No			Buena respuesta por parte de ciudadanos a través de nuestras vías de comunicación.	Media-alta	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (VerificaRTVE)	VerificaRTVE en el programa de Radio Exterior A golpe de Bit	Hasta 10/2025	1, 5, 6,	4	Estatal	Castellano	Intervenciones puntuales en el programa de Radio Exterior A golpe de Bit con la participación de estudiantes a los que explicamos cómo luchar contra la desinformación y advertimos sobre los peligros y beneficios de la IA.	No			Buena respuesta de los estudiantes y los profesores.	Media-alta	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (VerificaRTVE)	VerificaRTVE en el Canal 24 Horas	Hasta 10/2025	1, 5, 6,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Intervenciones puntuales en el Canal 24 Horas de TVE aportando datos y contexto sobre temas de actualidad y explicando algunas de nuestras investigaciones, detallando cómo hemos llegado a desmentir o a verificar un contenido.	No			Buena respuesta por parte de ciudadanos a través de nuestras vías de comunicación.	Media-alta	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (VerificaRTVE)	VerificaRTVE en La Hora	2023,202	1, 5, 6,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Intervenciones puntuales en La Hora sobre temas de actualidad que son susceptibles de generar contenidos desinformativos y herramientas y consejos para combatirlos.	No			Buena respuesta por parte de ciudadanos a través de nuestras vías de comunicación.	Media-alta	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (VerificaRTVE)	VerificaRTVE en Las Tardes de RNE	Hasta 10/2025	1, 5, 6,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Intervenciones quincenales durante 2024 y semanales desde septiembre de 2025 para desmentir bulos y ofrecer herramientas y consejos para detectarlos.	No			Buena respuesta por parte de ciudadanos a través de nuestras vías de comunicación.	Media-alta	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (VerificaRTVE)	VerificaRTVE en el programa Malas Lenguas	Hasta 10/2025	1, 5, 6,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Intervenciones diarias en el programa Malas Lenguas de TVE desmintiendo bulos con especial atención a las ciberestafas dirigidas a colectivos vulnerables como las personas mayores y ofreciendo consejos para evitar caer en estos fraudes. Datos y contexto sobre temas de actualidad.	No			Buena respuesta por parte de ciudadanos a través de nuestras vías de comunicación.	Media-alta	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (VerificaRTVE)	VerificaRTVE en Mañaneros	Hasta 10/2025	1, 5, 6,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Intervenciones puntuales en Mañaneros sobre temas de actualidad que son susceptibles de generar contenidos desinformativos y herramientas y consejos para combatirlos.	No			Buena respuesta por parte de ciudadanos a través de nuestras vías de comunicación.	Media-alta	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (VerificaRTVE)	Publicaciones especialmente dirigidas a la alfabetización mediática de VerificaRTVE en la web de RTVE	Hasta 10/2025	1, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	En todos los artículos publicados por VerificaRTVE vienen especificadas las herramientas y los pasos dados para llegar a la conclusión de que un contenido es falso o engañoso. El objetivo es que el ciudadano maneje nuestras herramientas y compruebe el resultado de una verificación o desmentido.	No			Buena respuesta por parte de ciudadanos a través de nuestras vías de comunicación.	Media-alta	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (VerificaRTVE)	VerificaRTVE en los Telediarios de TVE	Hasta 10/2025	1, 5, 6,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Intervenciones puntuales en los Telediarios de TVE desmintiendo bulos relacionados con temas de actualidad como la dana de Valencia o el apagón del 28 de abril explicando los procesos de verificación y ofreciendo consejos para detectar contenidos falsos o engañosos.	No			Buena respuesta por parte de ciudadanos a través de nuestras vías de comunicación.	Media-alta	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (VerificaRTVE)	VerificaRTVE en No es un día cualquiera de RNE	Hasta 10/2025	1, 5, 6,	1, 3,	Estatal	Castellano	Intervenciones semanales para desmentir bulos y ofrecer herramientas y consejos para detectarlos.	No			Feedback positivo de los ciudadanos que realizan más consultas y plantean dudas sobre las herramientas recomendadas a VerificaRTVE a través de nuestras vías de comunicación (WhatsApp y correo electrónico), así como de la dirección del programa.	Media-alta	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (VerificaRTVE)	Docencia	Hasta 10/2025	1, 5, 6,	1, 2, 4,	Estatal, Andalucía, Aragón, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Galicia, C. de Madrid	Castellano	La formación y la educación son tareas fundamentales que asume VerificaRTVE. Las abordamos tanto desde el punto de vista interno, con cursos para los trabajadores de la Corporación, como de cara al exterior: másteres de radio y televisión, de Periodismo, de IA, talleres y charlas para estudiantes.	No			Contratos formativos para alumnos de los cursos y másteres.	Media-alta	

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
EGEDA - Platino Educa	Plataforma Platino EDUCA	Desde 11/2022	2, 3, otro: "Plataforma digital que cuenta con más de 500 películas iberoamericanas y cerca de 400 recursos pedagógicos, entre los que se encuentran las Guías Didácticas o Escolares, Guías Metodológicas o Universitarias, Guías ELE (Enseñanza del Español como Lengua Extranjera), Recursos PISA-Platino EDUCA. Encuentros Platino EDUCA: Mesas Redondas, Talleres de formación o proyecciones presenciales donde se utiliza el cine y el audiovisual iberoamericano para la formación en alfabetización audiovisual y otras competencias. Formación al profesorado a través del Cine y el Audiovisual Iberoamericano: Cursos de formación al profesorado en Alfabetización Audiovisual y Pensamiento Crítico, Curso de oratoria a través del audiovisual, Curso de bienestar emocional con el cine, etc."	1, 2, 4,	Estatal	Castellano	Plataforma Platino EDUCA (PE), Encuentros PE, Formaciones al profesorado sobre Alfabetización Audiovisual, Concursos Autonómicos y Nacional de Cortometrajes Escolares PE y Gala de Premios, Cátedras Universitarias, Especiales PE, Blog y difusión en RRSS, Premio mejor película Forqué y Premios Platino	No	i.Fundación Botín (Programa Educación Responsable) ii.Fundación Atresmedia (Programa Mentes AMI) iii.Grupo Planeta - The Core School Escuela Superior de Audiovisual iv.Fundación Real Madrid v.Fundación Theodora vi.Crea SGR vii.Acción Social CaixaBank	Más de 15.000 profesores y 300.000 alumnos usando Platino EDUCA Más de 1.000 profesores formados en Alfabetización Audiovisual. Más de 400 profesores y 250 cortometrajes en el Concurso de Cortos Escolares Más de 20 millones de personas en España e Iberoamérica ven los Premios Forqué y Platino		La medida presenta un alto grado de eficacia, ya que según nuestras encuestas de satisfacción, una sobresaliente mayoría del profesorado, cercana al 98%, manifiesta querer usar la herramienta el curso siguiente.	No
Fundación Atresmedia	Efecto MIL	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	2, 3, 5, 6,	2, 4,	Estatal	Castellano	Entre diciembre de 2022 y junio de 2025, se han desarrollado la 2 ^a , 3 ^a y 4 ^a edición del proyecto Efecto MIL. Convocatoria de premios para jóvenes de 16 a 25 años que promueve un uso responsable de las RRSS, en la que participan creando vídeos de sensibilización sobre riesgos digitales.	No	Las ediciones 3 ^a y 4 ^a de Efecto MIL han contado con la colaboración de Fundación Telefónica.		Acumulado 2022 a 2025: - 2.013 jóvenes participantes - 1.034 vídeos recibidos sobre 5 temas: fake news, adicción a RRSS, discurso de odio, ciberacoso, peligros de los retos virales. - 1.177.192 visualizaciones de los vídeos en RRSS del entorno de los participantes (sensibilización entre pares).	Siendo una sensibilización entre pares, no disponemos de indicadores sobre la eficacia en términos de mejora de capacidades de los jóvenes para protegerse frente a los riesgos del entorno digital y en la gestión de la información. Son indicadores de resultado (participación y viralización).	Sí
Fundación Atresmedia	Premios Mentes AMI	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, otro: "Promover la participación de actores del ámbito educativo formal en el desarrollo de competencias AMI de sus alumnos".	2, 4,	Estatal	Castellano	Convocatoria anual de premios que promueve la realización de proyectos educativos en el ámbito mediático, informacional y digital en las aulas. Categorías: Pensamiento crítico, Creatividad audiovisual responsable, Competencia digital, Valores. Premio: difusión en TV de spots sobre buenas prácticas.	No	En la convocatoria anual de premios (4 ediciones celebradas) han participado como colaboradores: Fundación "la Caixa", UNIE Universidad y Platino Educa (EGEDA).		Acumulado 2023-2025 (3 últimas ediciones): - 998 proyectos recibidos - 1.480 centros educativos inscritos - 639.981 alumnos participantes en los proyectos presentados - 110.829 beneficiarios/participantes indirectos (familias, entorno) - 15 spots de buenas prácticas (ganadores) emitidos en TV	La convocatoria ha registrado una participación creciente de los centros educativos y equipos de profesores, poniendo de manifiesto el creciente interés por el desarrollo de proyectos en el ámbito AMI en el entorno escolar.	Sí
Fundación Atresmedia	Encuentros Mentes AMI	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 5, otro: "Promover el desarrollo de las competencias AMI en las aulas y dotar de herramientas a los docentes para su práctica".	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Encuentro anual para docentes en el que se celebran mesas redondas, talleres y ponencias con expertos relacionadas con las competencias mediáticas, informacionales y digitales para promover su aplicación en el aula. Cuenta con un aforo de 950 asistentes presenciales y se retransmite en streaming.	No	En la celebración anual del Encuentro (4 ediciones celebradas) han participado como colaboradores: Fundación "la Caixa", UNIE Universidad y Platino Educa (EGEDA).		Acumulado 2023-2025 (3 últimas ediciones) - 2.850 docentes han asistido presencialmente - 24.128 visualizaciones por streaming o en plataforma atresplayer.	Registrando información de dos indicadores mediante una encuesta a los docentes asistentes: - Afirman haber obtenido herramientas útiles para trabajar las competencias AMI en el aula: 92% - Afirman que va incorporar nuevos conceptos de AMI en su práctica docente: 91,6%	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Fundación Atresmedia	Amibox	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6, otro: "Poner a disposición de las familias y educadores recursos educativos para poder acompañar a niños y jóvenes en el desarrollo de competencias AMI".	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Creación de un contenedor de vídeos breves para abordar los principales conceptos de alfabetización mediática, informacional y digital, dirigido a jóvenes y a su entorno familiar y educativo. Disponible en una app propia (AMIBOX), en atresplayer y en YouTube. 162 vídeos producidos y estrenados.	No	Colaboración de la Universidad de Huelva, con el equipo del catedrático Ignacio Aguaded, en la curación y validación de contenidos. Colaboración con el diario LA RAZÓN para la inserción de 2 vídeos semanales en su Sección de Sociedad sobre educación digital.		Resultados: - 162 vídeos producidos y estrenados (segmentados por 3 grupos de edad) - 2,95 millones de visualizaciones acumuladas (app + atresplayer + YouTube) - 8.000 usuarios de la app, 25% en América Latina - 18.623 seguidores en RRSS	Solo se obtienen registros de visualizaciones y no disponemos de indicadores específicos de eficacia en términos de ampliación de competencias AMI de los usuarios. Si ha generado una demanda de aplicación específica al ámbito educativo formal, que ha dado lugar a la creación del proyecto AMIBOX-Aula	Sí
Fundación Atresmedia	Amibox-Aula	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6, otro: "Facilitar a los docentes recursos AMI alineados con los requerimientos de la LOMLOE en esta materia".	1, 2, 4,	Estatal	Castellano	Guía interactiva de recursos gratuita, dirigida a docentes, para trabajar competencias AMI en las aulas de acuerdo con los requerimientos de la LOMLOE. La guía contiene 40 situaciones de aprendizaje para desarrollar 97 actividades, en las que se usan como referencia de inicio 150 vídeos de AMIBOX.	No	Para la elaboración de la guía se ha contado con la orientación de técnicos del Ministerio de Educación y Formación Profesional, a título personal, y con profesores de diferentes centros educativos que han participado en focus groups en la fase de diseño y validación.		Resultados acumulados desde su lanzamiento (10/2023): - 11.446 profesores de Primaria y Secundaria registrados como usuarios. - Pertenecen a 10.062 centros educativos de Primaria y Secundaria de España (más del 52% de los existentes).	Los centros activos hacen un uso promedio de 5-7 sesiones por curso escolar (342 sesiones es el máximo de un único centro) - Incorporado al Plan Educativo de Centro de un grupo escolar (13 centros)	Sí
Fundación Atresmedia	AmiFlash	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6,	2, 4,	Estatal	Castellano	Canal en RRSS dirigido a jóvenes que trata noticias y conceptos relacionados con la información y el entorno digital con una aproximación reflexiva, promoviendo el desarrollo de competencias de análisis de la información, usos saludables y responsables de la tecnología y pensamiento crítico.	No	No		Resultados: - Más de 140 temas abordados desde el lanzamiento (03/2023) - 1,21 millones de visualizaciones acumuladas - Colaboración de jóvenes periodistas de ATRESMEDIA	Proyecto de sensibilización y fomento de competencias abierto a audiencia general de las RRSS con foco en público joven. Sin indicador de eficacia en términos de ampliación de competencias.	Sí
Fundación Atresmedia	Educación Digital para Familias	Hasta 10/2025	2	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Actividades destinadas a ampliar las capacidades de las familias para acompañar a los menores en el desarrollo de competencias mediáticas y de protección frente a los riesgos digitales. Taller presencial para familias de empleados y sección con expertos en el programa JELO en verano de ONDA CERO.	No	No		Resultados: - Taller dirigido a empleados ¿SABES CÓMO ACOMPAÑAR Y PROTEGER A TUS HIJOS EN EL MUNDO DIGITAL?: 300 participantes. - 10 entrevistas de Educación Digital para Familias en JELO verano (ONDA CERO): 27.000 oyentes.	Acciones de sensibilización y transferencia de competencias a público general, sin posibilidad de medición de impacto en términos de adquisición y puesta en práctica de esas competencias.	No
Fundación Atresmedia	Campañas de sensibilización social	2023, 2024, hasta 10/2025	Otro: "Sensibilizar a la opinión pública sobre la importancia de los derechos digitales y la protección de los menores ante los riesgos del entorno digital".	1,2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Campañas producidas y difundidas en canales de TV: - Saca el móvil de la cena (con Unicef, 2025) - No a la barra libre digital (con AEPD, 2024) - Menores de edad, no de derechos digitales (con Unicef, 2024) - A un clic de ayudarles (con EATD y AEPD, 2023) - Más que un móvil (producción de AEPD, 2022)	No	Campañas diseñadas en colaboración con Unicef España, la Agencia Española de Protección de Datos y la Asociación Europea para la Transición Digital. Adicionalmente, colaboración para la emisión de campañas producidas por la AEPD y por Fundación FAD.		Desde 11/2022: - 6 campañas de sensibilización a la sociedad sobre derechos y riesgos digitales difundidas en todos los canales del Grupo Atresmedia, en 9 oleadas de una duración promedio de 14 días, cada una.	Como acción de sensibilización al público en general, no reporta datos de eficacia en términos de incremento de la toma de conciencia de la sociedad sobre los temas objeto de las campañas.	Sí
Fundación Atresmedia	Educación Digital para Familias	Hasta 10/2025	2	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Acciones dirigidas a fortalecer las capacidades de las familias para acompañar a sus hijos e hijas en la adquisición de competencias AMI y en la protección frente a riesgos del entorno digital. Sección de educación digital para familias JELO verano-Onda Cero y Taller para empleados de ATRESMEDIA.	No	Colaboración entre Fundación Atresmedia y ONDA CERO para sección de educación digital para familias en el programa JELO en Verano		Resultados: - Emitidos 10 programas en sección Educación Digital para Familias en JELO en Verano (Onda Cero) con entrevistas a expertos. 29.000 oyentes. - Realizado un taller para empleados con la experta Laura Cuesta sobre Educación Digital para Familias. 300 asistentes.	Como acción de sensibilización y transferencia de capacidades a la sociedad en general, no disponemos de indicadores que confirman la ampliación de la concienciación o de las capacidades propuestas.	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Fundación Bancaria Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona - La Caixa	Producción propia de obras audiovisuales/sonoras que tengan por objeto, entre otras, la alfabetización mediática y el fomento del pensamiento crítico, todo ello para su comunicación pública a través de la plataforma digital CAIXAFORUM+	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 4, 6	1, 2, 3, 4	Estatal	Castellano Catalán Portugués	Los contenidos producidos son comunicados en Caixaforum+. El contenido "Gamewords. La videoludificación de lo real" formó parte del contenido audiovisual proyectado en el marco de la exposición itinerante HOMO LUDENS (2021-2024).	No	Festival de las Ideas, PhotoEspaña, Palau Macaya, La Maleta de Portbou, Escola Europea de Humanitats		Visionados CXF+: Serie ¿Qué miras?: 28.698 Gameworlds. La videoludificación de lo real: 569 Satélites Expert.Videojuegos: 1.108 Podcast "Algoritmos. La nueva servidumbre voluntaria": 1.309 Podcast "¿Quiénes somos en el mundo digital?": 814 Podcast "¿Como repercute la IA en nuestras vidas?": 325	Fundación "La Caixa" no dispone de medios y/o información para evaluar la eficacia de la medida.	Sí
Fundación Bancaria Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona - La Caixa	Compra de derechos de terceros que, por su contenido, tengan por objeto, entre otras, la alfabetización mediática y el fomento del pensamiento crítico, todo ello para su comunicación pública a través de la plataforma digital CAIXAFORUM+	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 6	1, 2, 3, 4	Estatal	Castellano Catalán Portugués	Adquisición por parte de la FUNDACIÓN "LA CAIXA" de los derechos de propiedad intelectual sobre contenidos titularidad de terceros, para su comunicación pública a través de la plataforma digital CAIXAFORUM+ (en adelante "CXF+"), gratuita bajo suscripción.	No			Podcast Mestros del periodismo: 7.268; Podcast Periodistes. Converses sobre l'ofici: 1.783; Cortometraje Aphantasia: 146	Fundación "La Caixa" no dispone de medios y/o información para evaluar la eficacia de la medida.	Sí
Gestión de Contenidos Virtuales, S.L. / Acontra+	Ciudadano Digital Cinéfilo	hasta 10/2025	2, 5, otro: "Promover la alfabetización mediática enfocada al usuario digital y cinéfilo, fomentando competencias críticas para consumir, interpretar y participar en el entorno audiovisual digital."	1, 2, 3, 4	Estatal	Castellano	Ofrece herramientas, contenidos y dinámicas para que los usuarios aprovechen las plataformas digitales con espíritu crítico y activo. En la práctica, incluye series de contenidos, debates, materiales formativos y actividades online que conectan cine, ciudadanía digital y cultura audiovisual	NO			Pocos	No se ha comprobado	No
Gestión de Contenidos Virtuales, S.L. / Acontra+	Suscripción para colectivos	2023, 2024, hasta 10/2025	2, 5	1, 2, 3, 4	Estatal	Castellano	La suscripción de colectivos es una modalidad de la plataforma Acontra+ que facilita el acceso a películas y materiales didácticos para su uso legal en colectividades (aulas, centros cultura). Permite organizar proyecciones y debates en contextos educativos, fomentando la alfabetización audiovisual	No	Centros educativos; ayuntamientos;		Más de 150 docentes y/o centros educativos suscritos en un mes de prueba. Incremento del uso del cine en entornos escolares y mejora de la comprensión audiovisual.	Alta. Amplía el acceso legal y con fines formativos al audiovisual en contextos educativos.	No
Gestión de Contenidos Virtuales, S.L. / Acontra+	Acción en Corto	2023, 2024	2	4	Estatal	Castellano	Retransmisión online de cortometrajes (tanto profesionales, como realizados por jóvenes alumnos) y de los coloquios educativos posteriores, accesibles para centros escolares. Los coloquios son de acceso libre en la plataforma Acontra+	No	Agora International School de Madrid, Consejería de Educación de Madrid, IES As Barcas (Moaña), profesionales del sector educativo y psicopedagógico, profesionales del sector audiovisual y de las artes.		Difusión a más de 50 centros; participación activa del alumnado en la creación audiovisual.	Junto a los docentes, se ha evaluado que facilita la alfabetización audiovisual mediante la práctica y la reflexión.	No
Gestión de Contenidos Virtuales, S.L. / Acontra+	Ciclo de fin de curso con la película SORDA y coloquio abierto	Hasta 10/2025	2, otro: "Fomentar la comprensión crítica y la diversidad audiovisual".	4	Estatal; C. de Madrid; Castilla y León.	Castellano	Proyecciones educativas de SORDA, con debate posterior y participación de los creadores. Actividades abiertas al público escolar y general.	No	Ayuntamientos, asociaciones de personas sordas y centros educativos.		Más de 10 sesiones, con alrededor de 700 participantes (también en el coloquio streaming live). Fomento de la inclusión y la reflexión crítica sobre la representación de la discapacidad en los medios.	Alta. El cine como herramienta inclusiva y educativa.	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Hiperconectividad y uso de tecnología por los más jóvenes.	2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 5, otro: "Herramientas para evitar las estafas telefónicas y evitar los peligros de la IA".	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	En programa La mirada Crítica, se abordaron los peligros y riesgos de uso de pantallas en menores y su utilización en los colegios; en el programa Vamos a ver, se informó sobre límites a la exposición de niños en redes sociales y al modo en que la dependencia del móvil afecta al estado de ánimo.	No	Al programa La mirada crítica, asistió la Vicesecretaria de la Asociación Nacional de Profesionales de la Enseñanza y maestro de primaria, César Gallardo. Al programa Vamos a ver, asistió Borja Adsuara, experto en Derecho Digital, y Manu Frías, psicólogo.	9-10% de share.		Formación al espectador a través del medio, en particular, sobre el uso moderado de las pantallas y los efectos negativos que un uso excesivo puede producir, en particular, en los menores de edad.	Sí
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Ciberacoso	2023, 2024, hasta 10/2025	2, 3, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	En programas Horizonte y Cuarto Milenio, se trató cómo localizar y terminar con ciberacoso; en La mirada crítica, detención de hombre por ciberacoso a menores; en Vamos a ver, impacto de bullying en intento de suicidio de adolescentes según estudio; en El tiempo justo, manifestación contra bullying.	No	En Horizonte, participaron Nuria Oliver (especialista en IA), Chema Alonso (experto en Ciberseguridad), Ángel Niño (concejal nuevas tecnologías e innovación Ayto. Madrid) y José Luis Izquierdo (especialista en tecnología IA). En Vamos a ver, el doctor José Cabrera (psiquiatra forense).	Cuarto Milenio del 29/12/23, 7% share y 724.000 espectadores; Programas Horizonte entre 21/9/23 y 8/5/25, entre 5 y 9% de share y entre 360.000 y 615.000 espectadores; El tiempo justo 27/10/25, 8,5% share y 649.000 espectadores. La mirada crítica, 12 % share y 282.000 espectadores de media en 2024.		Formación al espectador, en particular, contra la realidad y los riesgos del ciberacoso.	Sí
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	12 meses 12 causas - Contra el acoso escolar	Hasta 10/2025	2, 3, 5, otro: "Protección frente al ciberacoso"	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Spot institucional en canales de Mediaset de campaña contra acoso y ciberbullying en menores. Difusión de nota de prensa a principales medios nacionales. Publicación en web y RRSS, cobertura en programas e informativos de Mediaset y emisión pieza en formato "lwall" en centros comerciales.	No	Fundación Anar		Spot institucional en canales de Mediaset de campaña contra acoso y ciberbullying en menores. Difusión de nota de prensa a principales medios nacionales. Publicación en web y RRSS, cobertura en programas e informativos de Mediaset y emisión pieza en formato "lwall" en centros comerciales..	Los espectadores mostraron su interés por la campaña de 12 Meses 12 Causas, que dedicó todo el mes de septiembre 2025 a concienciar sobre el acoso, proporcionando a los espectadores herramientas para detectarlo y combatirlo como la difusión del teléfono ANAR contra el acoso.	Sí
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	12 meses 12 causas - Fomento de la lectura	Hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6, otro: "Potenciar la lectura como medida para reducir el estrés, promover la salud y la integración social, fomentar empatía en el mundo digital, moldear los pensamientos y actitudes ayudando a comprender mejor a los demás y contribuir al desarrollo de las personas".	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Spot emitido en todos los canales de Mediaset de campaña por el fomento de la lectura. Difusión de nota de prensa a principales medios nacionales. Publicación en web y RRSS, cobertura en programas e informativos de Mediaset y emisión pieza en formato "lwall" en centros comerciales.	No	Fundación Germán Sánchez Ruipérez		La emisión de 10 coberturas editoriales en programas e informativos en abril 2025 consiguieron un alcance de 3,1 millones de espectadores. Se emitieron 389 pases del spot institucional en Telecinco. Cuatro, Divinity, Energy, BeMad, Fdf con un alcance de 14,9 millones de espectadores.	Los espectadores de Mediaset han mostrado su interés por la campaña que dedicó todo el mes de abril a resaltar el poder de la lectura como base de la educación, del conocimiento y del pensamiento crítico.	Sí
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	12 meses 12 causas – Buen uso de las pantallas "Respetá y pide respeto".	2024	2, 3, 5, otro: "Promover las relaciones basadas en el respeto y el buen uso del móvil entre los jóvenes para que cuando detecten en sus comunicaciones algún tipo de control, desprecio o humillación actúen y pongan sus límites".	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Spot en todos los canales de Mediaset de campaña por el buen uso de las pantallas. Difusión de nota de prensa a principales medios nacionales. Publicación en web y RRSS, cobertura en programas e informativos de Mediaset y emisión pieza en formato "lwall" en centros comerciales.	No	Fundación FAD Juventud		La emisión de 10 coberturas editoriales en programas e informativos en febrero de 2024 consiguieron un alcance de 9,9 millones de espectadores. Se emitieron 385 pases del spot institucional en Telecinco. Cuatro, Divinity, Energy, BeMad, Fdf con un alcance de 16,7 millones de espectadores.	Los espectadores de Mediaset han mostrado gran interés por la campaña que dedicó todo el mes de febrero de 2024 a facilitar herramientas que ayuden a los espectadores a detectar comportamientos nocivos en las comunicaciones digitales y pautas para fomentar buenas prácticas.	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	12 meses 12 causas – Desconexión digital.	hasta 10/2025	2, 3, 5, otro: "Fomentar la comunicación interpersonal y mostrar herramientas para aprender a desconectar del universo online".	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Spot emitido en todos los canales de Mediaset de campaña por la desconexión digital. Difusión de nota de prensa a principales medios nacionales. Publicación en web y RRSS, cobertura en programas e informativos de Mediaset y emisión pieza en formato "lwall" en centros comerciales.	No	Fundación FAD Juventud		La emisión de 7 coberturas editoriales en programas e informativos en enero de 2025 consiguieron un alcance de 14,9 millones de espectadores. Se emitieron 443 pases del spot institucional en Telecinco, Cuatro, Divinity, Energy, BeMad, Fdf con un alcance de 17,6 millones de espectadores.	Los espectadores de Mediaset han mostrado gran interés por la campaña que dedicó todo el mes de enero a fomentar la desconexión digital como medida para prevenir el mal uso de las pantallas que pueden afectar de manera negativa a las relaciones interpersonales.	Sí
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Brecha digital mayores	2023	2, 5, otro: "Herramientas para evitar las estafas telefónicas y entender los peligros de la IA".	1, 3,	Estatal	Castellano	Durante 2023, los programas se hicieron eco de la campaña "Soy mayor, no idiota", con el foco en los problemas que en los mayores están produciendo la brecha digital, especialmente en las entidades bancarias. En el programa Horizonte, se abordaron y analizaron los peligros de la IA según las edades.	No	Participación de la ministra, Nadia Calviño, portavoces de asociaciones de consumidores como la OCU, expertos, divulgadores y directores de entidades bancarias.		Horizonte, 5,8 share y 412.000 espectadores. Audiencia media Mediaset 2023: 25,6 %	Formar al espectador a través del medio, en particular, sobre los problemas a los que se enfrentan las personas mayores como consecuencia del desarrollo de las nuevas tecnologías y la prestación de servicios a través de internet.	Sí
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Contras las fake news	2024, hasta 10/2025	2, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	En diversos programas (Todo es Mentira, Cuarto milenio, Horizonte o La mirada crítica), se abordaron los principales bulos y fake news de actualidad (sobre incendios forestales, determinados libros, las inundaciones de Valencia, el apagón en España o el incendio ocurrido en Los Ángeles).	No	En Todo es mentira, participó Federico Grillo, ingeniero forestal y profesor Universidad Las Palmas. En Horizonte, participaron José Cabrera (psiquiatra), Marc Vidal (economista), Alfredo Perdigero (policía), Mar Gómez (Meteóloga), Isra Naveso (bombero) o Isaac Moreno (ingeniero), entre otros.		Todo es mentira, 5,3% share y 433.000 espectadores. La mirada crítica, 10% medio de share en 2025. Cuarto milenio, estreno "Libros malditos", 5,8% share y 658.000 espectadores. Especiales Horizonte, 9,6% share y 691.000 espectadores (31/10/24); 13,2% share y 921.000 espectadores (14/11/24).	Formar al espectador a través del medio. Intentar combatir la desinformación y crear herramientas para que sepan vislumbrar la verdad a través de un análisis crítico.	Sí
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Estafas, fraudes y timos telefónicos	2024, hasta 10/2025	2, 5, otro: "Herramientas para evitar las estafas telefónicas y entender los peligros de la IA".	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	En el programa En boca de todos se abordó la estafa telefónica con suplantación de voz mediante IA. Simulación en platón y expertos explican herramientas para evitarlo. En el programa La mirada crítica, la Policía Nacional advirtió sobre estafas telefónicas. Video explicativo con recomendaciones.	No	Expertos y divulgadores y portavoz de la Policía Nacional sobre estafas telefónicas.		En boca de todos de 3/7/24, 4% de share y 134.000 espectadores; En boca de todos de 5/12/24, 5,6% de share y 156.000 espectadores; y La mirada crítica: 10% medio de share en lo que va de 2025.	Formación al espectador a través del medio, en particular, contra las estafas telefónicas.	Sí
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Ciberfraude	2024, hasta 10/2025	2, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	En programas de actualidad (Horizonte o La mirada crítica), se enseñó al espectador a reconocer posibles fraudes en redes y se le ofrecieron "herramientas" para que no sean víctimas de posibles estafas. Se explicó el phishing y riesgos derivados de bots y cuentas falsas o del uso de chat GPT.	No	En Horizonte, participaron Chema Alonso (experto en ciberseguridad), Ana Iris Simón (periodista) y Ángel Niño (concejal de nuevas tecnologías Ayto Madrid). En La mirada crítica, entrevista a portavoz de la OCU y afectados para exponer su caso.		Horizonte 25/1/24, share 7% y 505.000 espectadores. Horizonte 15/2/24, share 8,2% y 596.000 espectadores. Horizonte 18/4/24, share 6,2% y 447.000 espectadores. Horizonte 12/9/24, share 6% y 410.000 espectadores. Horizonte 8/5/25, share 8,6% y 615.000 espectadores.	Formación al espectador a través del medio, en particular, sobre los riesgos del ciberfraude.	Sí
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Agencia Española de Protección de Datos – Hay más riesgos en internet que en la vida real.	2024	5, 6,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Emisión de un spot de 20" de duración, en todos los canales del Grupo Mediaset, para concienciar sobre los peligros de facilitar a niños y jóvenes acceso a Internet y redes sociales.	No			Nº inserciones: 445. Grp's Ind+4: 146. Contactos: 62.317.000 Ind+4.	Cobertura obtenida: la campaña ha alcanzado 16.452.000 individuos mayores de 4 años, lo que supone un 35,3% de toda la población.	Sí
Grupo Audiovisual Mediaset	Autocontrol, por una publicidad responsable	2024	3, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Emisión de un spot de 20" de duración, en todos los canales del Grupo Mediaset, para dar a conocer la actividad de Autocontrol,	No			Nº inserciones: 311 Grp's Ind+4: 67 Contactos: 31.147.000	Cobertura obtenida: la campaña ha alcanzado 8.825.000 individuos mayores de	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
España Comunicación, S.A.U.							que es una asociación que vela por la veracidad y la legalidad de la publicidad emitida en medios en España.					4 años, lo que supone un 19% de toda la población.	
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Cibervoluntarios, aprende con cibervoluntarios.org	2024	2, 5, otro: "Ayudar a perfiles que no son tecnológicos, a ampliar sus conocimientos del mundo digital".	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Emisión de un spot de 20" de duración, en todos los canales del Grupo Mediaset, para dar a conocer la actividad de la Fundación Cibervoluntarios, que, a través de diferentes formaciones y cursos gratuitos, impartidos por voluntarios, facilitan a las personas la conexión con las nuevas tecnologías.	No			Nº inserciones: 57 Grp's Ind+4: 15 Contactos: 6.805.000	Cobertura obtenida: la campaña ha alcanzado 4.541.000 individuos mayores de 4 años, lo que supone un 10% de toda la población.	Sí
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Agencia Española de Protección de Datos – Hay más riesgos en internet que en la vida real	2023	5, 6,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Emisión de un spot de 20" de duración, en todos los canales del Grupo Mediaset, para concienciar sobre los peligros de facilitar a niños y jóvenes acceso a Internet y redes sociales.	No			Nº inserciones: 56. Grp's Ind+4: 21,1. Contactos Ind+4: 9.741.000.	Cobertura obtenida: la campaña ha alcanzado 5.561.000 individuos mayores de 4 años, lo que supone un 12% de toda la población.	Sí
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Noticias - Uso positivo inteligencia artificial.	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Noticias sobre la mejora en la investigación y prácticas en la industria, el tratamiento de enfermedades, la alimentación, la seguridad, la lucha contra los bulos, la creación artística o actividades cotidianas.	No	Instituciones, ministerios, administraciones públicas y privadas relacionadas con la iniciativa.		Audiencias que, entre 2022 y 2025, oscilan entre el 8,4% y el 12,5%, en Informativos Telecinco, y del 6% al 5,3%, en Noticias Cuatro	Impacto de las noticias sobre uso positivo de la inteligencia artificial sobre los espectadores que ven la noticia en los canales de televisión, las webs y las redes sociales.	Sí
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Noticias - Buen uso tecnología	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	2, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Noticias sobre videojuegos o aplicaciones que ayudan a personas mayores con la medicación o mejoran su bienestar, de apoyo a niños y adultos enfermos, de mejora de la formación, de ayuda a organismos públicos y privados o con alertas por emergencias o violencia de género.	No	Instituciones, ministerios, administraciones públicas y privadas y colectivos sin ánimo de lucro relacionadas con la iniciativa.		Audiencias que, entre 2022 y 2025, oscilan entre el 8,4% y el 12,5%, en Informativos Telecinco, y del 6% al 5,3%, en Noticias Cuatro.	Impacto de noticias sobre buen uso de la tecnología sobre los espectadores que ven la noticia en los canales de televisión, las webs y redes sociales	Sí
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Noticias - Usos delictivos en internet, redes sociales e inteligencia artificial	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	2, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Noticias sobre actuaciones policiales y judiciales por estafas, timos en compras, suplantación de personalidad, robo de contraseñas o difusión ilegal de contenidos sexuales; campañas para alertar de riesgos y con recomendaciones.	No	Instituciones, ministerios, administraciones públicas, colectivos sin ánimo de lucro y entidades privadas.		Audiencias que, entre 2022 y 2025, oscilan entre el 8,4% y el 12,5%, en Informativos Telecinco, y del 6% al 5,3%, en Noticias Cuatro.	Impacto de las noticias sobre usos delictivos en internet, redes sociales e inteligencia artificial sobre los espectadores que ven la noticia en televisión, web y redes sociales.	Sí
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Noticias - Fake news.	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 3, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Noticias sobre condenas por uso creación y difusión de bulos, personalidades y campañas electorales atacadas con noticias falsas o técnicas para elaborarlas.	No	Instituciones, ministerios, administraciones públicas y privadas y colectivos sin ánimo de lucro relacionados con la iniciativa.		Audiencias que, entre 2022 y 2025, oscilan entre el 8,4% y el 12,5%, en Informativos Telecinco, y del 6% al 5,3%, en Noticias Cuatro.	Impacto de noticias sobre la realidad de las fake news sobre los espectadores que ven la noticia en los canales de televisión, las webs y las redes sociales.	Sí
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Noticias - Influencers y youtubers.	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Noticias sobre la regulación de su actividad, los efectos y dudas generadas por sus contenidos o las situaciones de riesgo en las que se ponen ellos o personas de su entorno para ganar seguidores e ingresos.	No	Instituciones, ministerios, administraciones públicas y privadas y colectivos sin ánimo de lucro relacionados con la iniciativa.		Audiencias que, entre 2022 y 2025, oscilan entre el 8,4% y el 12,5%, en Informativos Telecinco, y del 6% al 5,3%, en Noticias Cuatro.	Impacto de noticias sobre riesgos y regulación de actividad de influencers y youtubers sobre los espectadores que ven la noticia en los canales de televisión, en las webs y las redes sociales.	Sí
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Noticias - Menores y pantallas.	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	2, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Noticias sobre restricciones a nivel estatal, por comunidades y otros países del acceso de menores; campañas para fomentar su uso adecuado; chats en los que menores compartían imágenes violentas o pornográficas; los efectos en la salud; la regulación de compartir en redes fotos de menores.	No	Instituciones, ministerios, administraciones públicas y privadas y colectivos sin ánimo de lucro relacionadas con la iniciativa.		Audiencias que, entre 2022 y 2025, oscilan entre el 8,4% y el 12,5%, en Informativos Telecinco, y del 6% al 5,3%, en Noticias Cuatro.	Impacto de noticias sobre riesgos y regulación de actividad de influencers y youtubers sobre los espectadores que ven la noticia en los canales de televisión, en las webs y las redes sociales.	Sí
Grupo Audiovisual Mediaset España	Noticias - Uso negativo inteligencia artificial	Desde 11/2022, 2023, 2024,	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Noticias sobre el uso de la IA para generar porno, para falsear tareas estudiantiles, vulnerar la propiedad intelectual, poner en peligro empleos, aumentar el sesgo de	No	Instituciones, ministerios, administraciones públicas y privadas y colectivos sin ánimo de lucro		Audiencias que, entre 2022 y 2025, oscilan entre el 8,4% y el 12,5%, en Informativos Telecinco, y del 6% al 5,3%, en Noticias Cuatro.	Impacto de noticias sobre riesgos y regulación de actividad de influencers y youtubers sobre los espectadores que ven la noticia en televisión, web y redes sociales.	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Comunicación, S.A.U.		hasta 10/2025					género, difundir bulos o seleccionar objetivos militares.		relacionados con la iniciativa.			noticia en los canales de televisión, en las webs y las redes sociales.	
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Noticias - Malos usos pantallas y redes sociales.	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Noticias sobre difusión de mensajes de odio, retos virales que hacen peligrar la salud, consumos excesivos generan adicción con problemas físicos y mentales, consumo excesivo de pornografía, riesgos al volante, problemas de desconexión digital o control de la pareja.	No	Instituciones, ministerios, administraciones públicas y privadas y colectivos sin ánimo de lucro relacionados con la iniciativa.		Audiencias que, entre 2022 y 2025, oscilan entre el 8,4% y el 12,5%, en Informativos Telecinco, y del 6% al 5,3%, en Noticias Cuatro.	Impacto de noticias sobre riesgos y regulación de actividad de influencers y youtubers sobre los espectadores que ven la noticia en los canales de televisión, en las webs y las redes sociales.	Sí
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Noticias - Bueno uso redes sociales.	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	2, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Noticias sobre profesionales que comparten sus actividades con vídeos propios para promocionarlas, consejos para mejorar la vida de los demás, enfermos que buscan o reciben motivación o difusión cultural o comercial.	No	Instituciones, ministerios, administraciones públicas y privadas y colectivos sin ánimo de lucro relacionados con la iniciativa.		Audiencias que, entre 2022 y 2025, oscilan entre el 8,4% y el 12,5%, en Informativos Telecinco, y del 6% al 5,3%, en Noticias Cuatro.	Impacto de las noticias sobre buen uso de las redes sociales sobre los espectadores que ven la noticia en los canales de televisión, en las webs o en las redes sociales	Sí
La Liga Group International, S.L.	Sistema FARO (anteriormente denominado LALIGA MOOD)	2023, 2024	3, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Monitor semanal que audita el volumen de odio y racismo en internet con el objetivo de sensibilizar a los aficionados, al tiempo que informa sobre la evolución registrada a lo largo de cada temporada, con la finalidad de reducir el número de conversaciones violentas en redes sociales.	No	Colaboración con el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones.		Mejora en la identificación y la prevención de la violencia en el fútbol en el contexto de las redes sociales, monitorizando conversaciones a escala y analizándolas en tiempo real, facilitando el reporte de discurso de odio a plataformas para que retiren el contenido dañino.	Ha permitido realizar una escucha activa del panorama digital nacional. Ahora gracias a la alianza que LALIGA mantiene con el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, MOOD ha sido cedido a la institución, dando lugar a FARO, y por tanto LALIGA ha descontinuado el proyecto.	Sí
Libertad Digital, S.A.	Audio artículo	Desde 11/2022	Otro: Accesibilidad a contenidos para personas con discapacidad visual	1, 2, 3, 4	Estatal	Castellano	Todos los artículos a los que se hacen referencia en nuestro canal de YouTube, tienen la posibilidad de ser escuchados, en lugar de leídos, en nuestro periódico digital www.libertaddigital.com	No			No disponemos de datos de impacto.	No se ha comprobado la eficacia	No
Liga Nacional de Fútbol Profesional	Sistema FARO (anteriormente denominado LALIGA MOOD)	2023, 2024,	3, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Monitor semanal que audita el volumen de odio y racismo en internet con el objetivo de sensibilizar a los aficionados, al tiempo que informa sobre la evolución registrada a lo largo de cada temporada, con la finalidad de reducir el número de conversaciones violentas en redes sociales.	No	Colaboración con el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones.		Mejora en la identificación y la prevención de la violencia en el fútbol en el contexto de las redes sociales, monitorizando conversaciones a escala y analizándolas en tiempo real, facilitando el reporte de discurso de odio a plataformas para que retiren el contenido dañino.	Ha permitido realizar una escucha activa del panorama digital nacional. Ahora gracias a la alianza que LALIGA mantiene con el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, MOOD ha sido cedido a la institución, dando lugar a FARO, y por tanto LALIGA ha descontinuado el proyecto.	Sí
Multicanal Iberia, S.L.U.	Calificación por edades	hasta 10/2025	2, 5	1, 2, 4	Estatal	Castellano	Multicanal Iberia SLU ha incluido un distintivo con la franja de edad recomendada en todos los programas emitidos en sus canales con el fin de permitir al usuario desarrollar su capacidad de selección y autoevaluación de los contenidos disponibles y velar por la protección de los menores.	No			Esta medida refuerza la protección de los menores ya que facilita a los usuarios la identificación y selección de contenidos apropiados para cada franja de edad. El distintivo de edad recomendada actúa como una herramienta esencial para que padres, tutores y jóvenes puedan tomar decisiones informadas	Muy eficaz	Sí
Multicanal Iberia, S.L.U.	Campaña FAD	2023, 2024	1, 2, 4, 5, 6	1, 2, 3, 4	Estatal	Castellano	Difusión de la campaña FAD - FUNDACIÓN FAD JUVENTUD- MUNDO DIGITAL en los canales de Multicanal Iberia SLU - múltiples pases durante 2023 y 2024.	No	FAD. La Fundación FAD Juventud (FAD) es una entidad privada dedicada a promover el bienestar y la calidad de vida de la juventud. A lo largo de los años, FAD ha desarrollado diversas campañas en los canales de Multicanal Iberia SLU, abordando temas como el uso responsable de las redes sociales.		Multicanal Iberia SLU no tiene datos concretos sobre el impacto de la medida pero FAD le traslada la importancia de emitir las campañas en sus canales	Buena	Sí
Multicanal Iberia, S.L.U.	Redes mortales	Hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6	2, 4	Estatal	Castellano	AMC CRIME emitió, en junio del 2025, un especial de programación titulado #redesmortales, con motivo del Día Mundial de las Redes Sociales. Constaba de 41	No			13.137 espectadores tuvieron acceso al especial Las publicaciones en Facebook e Instagram tuvieron 130.000 visualizaciones	Buena - audiencia significativa	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
							horas de estreno en el canal lineal y 38 horas en servicio VOD.						
Multicanal Iberia, S.L.U.	Salud cerebral	Hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6	1, 2	Estatal	Castellano	Con motivo del Día Mundial del Cerebro, el canal Odisea, estrena las producciones 'Dieta sana, cerebro sano', 'Generación pantallas' y 'Hackers de la memoria' para concienciar sobre la importancia de unos buenos hábitos diarios para mantener una adecuada salud cerebral	No			426 espectadores (promedio)	Buena, dada la audiencia del canal	Sí
Multicanal Iberia, S.L.U.	Muerte en las redes sociales	2023	1, 2, 4, 5, 6	1, 2	Estatal	Castellano	Desde el domingo 12 de marzo de 2023, a las 21:30h, y hasta el domingo 30 de abril de 2023, el canal de televisión AMC CRIME, estrenó 'Muerte en las redes sociales', una programación especial dedicada a desvelar los peligros relacionados con el uso de internet y el uso de perfiles falsos	No			10,342 espectadores de media / Las publicaciones en Facebook e Instagram alcanzaron 30.677 cuentas.	Buena	Sí
Multicanal Iberia, S.L.U.	Estafas	2024	1, 2, 4, 5, 6	1, 2	Estatal	Castellano	Difusión de un especial de documentales sobre engaños y manipulaciones, identidades robadas, engaños en el mundo del fútbol y el amor... Este especial alertaba sobre las estafas y revelaba las tácticas utilizadas para acometerlas.	No			Las publicaciones en Facebook e Instagram consiguieron alcanzar 3.350 cuentas de usuarios. Media de 5.347 Espectadores.	Buena	Sí
Multicanal Iberia, S.L.U.	Inteligencia Artificial	2024	1, 2, 4, 5, 6	1, 2	Estatal	Castellano	Emisión de un especial sobre la inteligencia artificial: avances positivos en áreas como la salud, la educación y la acción climática, y en los aspectos negativos como la desinformación, deep fake, con foco en considerar el potencial de la IA para no sentirse abrumado por su poder.	No			En total, en redes sociales se obtuvieron 2.900 visualizaciones. Media de 6.889 espectadores.	Buena	Sí
Multicanal Iberia, S.L.U.	Datos personales	Hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6	1, 2	Estatal	Castellano	Emisión de especial de concienciación sobre la privacidad para lograr internet seguro. Se describe cómo se captan los datos personales durante la actividad en línea, y cómo podemos proteger nuestra privacidad en Internet.	No			Media de 181 espectadores	Buena, aunque limitada	Sí
Multicanal Iberia, S.L.U.	Recordar para no repetir	Hasta 10/2025	1, 2, 4, 6	1, 2	Estatal	Castellano	Campaña de concienciación contra el auge del neonazismo y delitos de odio en distintos entornos, entre ellos las redes sociales.	No			Un alto número de impactos con la campaña print, cine y televisión. En total, en redes sociales se obtuvieron 364.000 visualizaciones.	Alta	Sí
Multicanal Iberia, S.L.U.	Cine europeo	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 4	1, 2, 3	Estatal	Castellano	Fomento de la difusión de la cultura europea mediante la realización de ciclos dedicados a contenidos europeos de distintas nacionalidades de la Unión Europea.	No			Media de 4.718 espectadores para Nordics Panorama (2023) Media de 2.123 espectadores para Bella Italia (2024) Media de 5.398 espectadores para La Dolce Vita (2025)	Buena, dada la audiencia de canal (Sundance TV)	Sí
Multicanal Iberia, S.L.U.	Diversidad	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 6, otro "Fomentar el pluralismo y la integración de minorías".	1, 2, 3	Estatal	Castellano	Difusión de ciclos de contenidos que fomenten los valores de pluralidad, diversidad incluyendo impulso del feminismo, el movimiento LGTBI y la inclusión social. Por ejemplo: especiales Creadoras, Over the Rainbow, La Diversidad supera a la ficción. Participación en Orgullo 2025, producción videoclip	No			Entre 2.000 y 19.000 espectadores de media por ciclo.	Buena	Sí
NBC Universal Global	Información accesibilidad en EPG	2024, hasta 10/2025	3, 5	1, 2, 3, 4	Estatal	Castellano	Se ha incluido información relativa a los contenidos con subtitulado,		Colaboración con las distintas plataformas		Satisfactorio	Eficaz dado que la información aparece en la EPG	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Networks España, S. L.							audiodescripción y lenguaje de signos en las EPG. De este modo, los espectadores con necesidades especiales saben qué contenidos de la programación son accesibles.		agregadoras de contenidos para que dicha información en la EPG se refleje correctamente en sus sistemas.				
NBC Universal Global Networks España, S. L.	Calificación y señalización de los contenidos	2023, 2024, hasta 10/2025	5	1, 2, 3, 4	Estatal	Castellano	Todos los contenidos emitidos en los canales lineales reciben una calificación por edades (en pantalla y EPG) y descriptores del contenido (en EPG) para advertir de la naturaleza de los mismos. Se ha trabajado con los agregadores de contenido para permitir la eficacia de los controles parentales.	No			Satisfactorio	Eficaz, ya que permite a los operadores implementar los mecanismos de control parental	Sí
NBC Universal Global Networks España, S. L.	13 Crímenes	2024	4, 6	1, 2, 3	Estatal	Castellano	Producción de 13 Crímenes, una serie de videopodcasts emitidos en Calle13 y plataformas de podcasts. Dos periodistas tratan distintos crímenes desde un punto de vista de investigación. Se hace clara distinción entre los hechos acontecidos y las teorías conspiranoicas o rumores no contrastados.	No			Satisfactorios	La serie tuvo muy buena acogida, sobre todo en plataformas de podcast.	No
NBC Universal Global Networks España, S. L.	Campaña AnaBella Fundación	2023	3	1, 2, 3, 4	Estatal	Castellano	En el Mes de la Mujer, se llevó a cabo una colaboración con Fundación Ana Bella. Entre otras actividades, se llevó a cabo una charla/taller de sensibilización sobre la violencia a las mujeres y cómo ayudar a personas que estén en dicha situación. Además, se emitió un spot en los servicios lineales.	No	Fundación Ana Bella		Positivos	No se ha comprobado la eficacia	Sí
NBC Universal Global Networks España, S. L.	Campañas Autocontrol, Asociación Agencias de Medios y Academia de la Publicidad	2024, hasta 10/2025	3	1, 2, 3, 4	Estatal	Castellano	Campaña de comunicación en los servicios lineales del prestador de distintas asociaciones y entidades (Autocontrol, Asociación Agencias de Medios y Academia de la Publicidad). Dichas campañas promocionan una publicidad responsable, ética y segura.		Autocontrol, Asociación Agencias de Medios y Academia de la Publicidad		Satisfactorios	No se ha comprobado.	Sí
NBC Universal Global Networks España, S. L.	Semana del Cine Fantástico y del Terror - San Sebastián	Desde 11/2022	3	1, 2, 3	Estatal, País Vasco	Euskera	A través de Syfy, se patrocina el evento y se organiza el certamen de "Cortometrajes de Terror". Se da visibilidad a creadores independientes y lenguas cooficiales.		Se colabora con Victoria Eugenia Antzokia, entidad público-privada organizadora el evento.		Resultados muy satisfactorios. Colaboramos en este evento desde hace más de 6 años y tenemos intención de continuar haciéndolo.	Consideramos que la eficacia de la medida es buena, puesto que el evento es de enorme interés y se celebra año tras año (actualmente es la 36º edición).	Sí
NEGOCIOS TV (Business Videns SL)	Alfabetizaciones mediáticas	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 6	1, 2, 3	Estatal	Castellano	Emisión de programas televisivos centrados en la actualidad económica. Creación de academia para la formación financiera de los usuarios	No			Mejora en la educación financiera de nuestra audiencia con la emisión de los diferentes programas emitidos en el canal Negocios TV y de la Academia Negocios TV		Sí
Rakuten TV Europe, S. L. U.	Noticiarios/ informativo	Desde 11/2022, hasta 10/2025	1, 4, 6,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano inglés	[CASILLA CONFIDENCIAL]	[CASILLA CONFIDENCIAL]	[CASILLA CONFIDENCIAL]		[CASILLA CONFIDENCIAL]	[CASILLA CONFIDENCIAL]	No
Rakuten TV Europe, S. L. U.	Contenido educativo	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	2, otro : "Ofrecer herramientas que permitan a los menores hacer un uso equilibrado y responsable de los servicios de comunicación audiovisual".	4	Estatal	Castellano Inglés	[CASILLA CONFIDENCIAL]	[CASILLA CONFIDENCIAL]	[CASILLA CONFIDENCIAL]		[CASILLA CONFIDENCIAL]	[CASILLA CONFIDENCIAL]	No

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Rakuten TV Europe, S. L. U.	Diversidad cultural	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	2, 3,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Inglés	[CASI	[CASI	[CASI	[CASI	[CASI	[CASI	No
Rakuten TV Europe, S. L. U.	Restricciones visualización de	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	3, 5,	4	Estatal	Castellano	[CASI	[CASI	[CASI	[CASI	[CASI	[CASI	No
Rakuten TV Europe, S. L. U.	Bloqueo de compras	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	5	4	Estatal	Castellano	[CASI	[CASI	[CASI	[CASI	[CASI	[CASI	No
Rakuten TV Europe, S. L. U.	Calificación por edades	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	5	4	Estatal	Castellano	[CASI	[CASI	[CASI	[CASI	[CASI	[CASI	No
Rakuten TV Europe, S. L. U.	Políticas corporativas, colaboraciones y formaciones que fomenten valores relacionados con la alfabetización (Grupo Rakuten)	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	5	1, 2,	Estatal	Castellano	[CASI	[CASI	[CASI	[CASI	[CASI	[CASI	No
Rakuten TV Europe, S. L. U.	AVOD for Impact	2023, 2024, hasta 10/2025	3	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	[CASI	[CASI	[CASI	[CASI	[CASI	[CASI	No
Real Madrid Club de Fútbol	Valores que importan	2023	1, otro: "Sensibilización y generación de prácticas saludables a través del deporte, fomentando la autoestima, la autonomía, el compañerismo, la motivación y el respeto."	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	A través de la Fundación Real Madrid, el Real Madrid emite a través de YOUTUBE esta serie de 7 videos con el objetivo de formar a las personas en valores.	No	Fundación Lo que de verdad Importa, Doc Land Films, Gonvarri Industries y Estrella Digital.		Gran interés, especialmente infantil y juvenil.	Gran eficacia	Sí
Real Madrid Club de Fútbol	Sports Values Academy FRM (OTT)	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	2, otro: "Sensibilización y generación de prácticas saludables a través del deporte, fomentando la autoestima, la autonomía, el compañerismo, la motivación y el respeto.	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	El Real Madrid, instrumentando la acción mediante la Fundación Real Madrid, emite, a través de su OTT videos formativos para entrenadores, alumnos y aficionados.	Sí		2.300.000,00 €	Gran seguimiento por parte del público habitual de nuestra cadena, especialmente infantil y juvenil.	Gran eficacia, más de 300.000 descargas.	Sí
Real Madrid Club de Fútbol	Historias con Alma	Desde 11/2022, 2023	2	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Historias con alma, programa de Real Madrid TV que muestra la actividad del alma del club, la Fundación Real Madrid. El programa se acerca a la situación viven niños y sus familias y	No			Gran seguimiento por parte del público habitual de nuestra cadena, especialmente infantil y juvenil.	Gran eficacia.	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
							cómo la Fundación trabaja para dar a los niños herramientas de sociabilización basadas en el deporte.						
Real Madrid Club de Fútbol	Protocolo general de colaboración de lucha contra el fraude financiero (PAFF)	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 5, 6, otro: "Difundir las medidas desarrolladas por la CNMV para atajar el Fraude Financiero".	1, 2, 3,4,	Estatal	Castellano	El Real Madrid, a través de UTECA, ha suscrito el PAFF teniendo en cuenta la situación económica y social derivada de la pandemia, que ha acelerado la digitalización del conjunto de la sociedad y ha modificado los hábitos de consumo e inversión.	No			Noticias en los distintos medios: Jornada presencial Nota de prensa Difusión del contenido a asociados DIRCOM y asociados UTECA Alta cobertura medios	Gran eficacia.	Sí
Real Madrid Club de Fútbol	Jornada UTECA y DIRCOM: Seguridad Nacional y campañas de desinformación: el papel de los medios, las empresas y la gestión de crisis	2024	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Real Madrid, formando parte de Junta Directiva de UTECA, organizaron esta Jornada con Dircom. El evento abordó el impacto de injerencias extranjeras en la Seguridad Nacional a través de campañas de desinformación y qué pueden hacer los medios y las empresas en la lucha contra la desinformación.	No	La medida se ha llevado a cabo en colaboración con La Unión de Televisores Comerciales en Abierto (UTECA).		Noticias en los distintos medios: Jornada presencial Nota de prensa Difusión del contenido a asociados DIRCOM y asociados UTECA Alta cobertura medios	Gran eficacia	Sí
Real Madrid Club de Fútbol	Foro desinformación de Seguridad Nacional	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	En el seno de UTECA, que Real Madrid TV es miembro, y habiendo sido designado por la CNMC en base a la Orden PCM/541/2022, el Real Madrid forma parte del Foro contra las campañas de desinformación en el ámbito de la Seguridad Nacional, que se enmarca dentro la Estrategia Nacional de Seguridad 2021.	No	La medida se ha llevado a cabo en colaboración con La Unión de Televisores Comerciales en Abierto (UTECA)		Noticias en los distintos medios: Formación de un libro donde se expongan los distintos trabajos de los diferentes grupos con el objetivo de trazar una pautas y conductas correctas contra la desinformación.	Gran eficacia	Sí
Real Madrid Club de Fútbol	Barómetro UTECA	2023, 2024	3, 5, otro: "En el seno de UTECA, de la que Real Madrid TV es miembro, ha llevado a cabo el Barómetro UTECA, sobre la percepción de la Televisión en abierto por parte de la sociedad.	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	La metodología: cuestionario online y trabajo de campo durante 15 días. Se abordan cuestiones: fake news, control contenidos en medios o gratuidad de la Televisión. Como parte de Barómetro se publica análisis de la percepción de la sociedad sobre contribución de tv en abierto a los ODS y Agenda 2030	No	La medida se ha llevado a cabo en colaboración con La Unión de Televisores Comerciales en Abierto (UTECA), Dos30 y SigmaDOS		Noticias en los distintos medios: Televisión – Emisión de la noticia en telediarios Prensa escrita / Prensa digital Radio Notas de prensa Redes Sociales vía LinkedIn y X Charlas y debates Mesas redondas del sector medios	Gran eficacia	Sí
Real Madrid Club de Fútbol	Campaña Publicitaria UTECA 2023	2023	1, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	El Real Madrid, a través de su participación en UTECA, junto con AERC y la AMI han lanzado campaña para reivindicar el papel clave del periodismo frente a bulos y falsedades que se extienden por redes sociales, plataformas de intercambio de video y servicios de mensajería instantánea.	No	La medida se ha llevado a cabo en colaboración con UTECA, la Asociación Española de Radio Comercial (AERC) y la Asociación de Medios de Información (AMI).		Noticias en los distintos medios: Mas de 300 GRP's, más de 50% de la población alcanzada entre el total de medios (Agosto-Noviembre 2023)	Gran eficacia	Sí
Real Madrid Club de Fútbol	Jornada Anual UTECA	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	En el seno de la Unión de Televisores Comerciales en Abierto (UTECA), de la que Real Madrid TV es miembro, se ha llevado a cabo actividad formativa a través de la generación de información y debates en diversas Mesas Redondas.	No	La medida se ha llevado a cabo en colaboración con UTECA.		Noticias en los distintos medios: Televisión – Emisión de la noticia en Informativos, Prensa escrita/Prensa digital, Radio y Redes Sociales Publicación de la Nota de prensa en los distintos medios (enlaces incluidos en apartado "Enlaces web")	Gran eficacia	Sí
Sony Pictures Entertainment Iberia SLU	The silver credit	2024, hasta 10/2025	otro: "concienciar sobre la importancia de la representación de las mujeres de mediana edad en los contenidos audiovisuales".	1, 3	Estatal	Castellano	Acción especial en el estreno de la serie "High Country". Numerosos pases de la campaña en los canales AXN y difusión en RRSS. Presentación de la campaña en "El Hormiguero" con las embajadoras Cayetana Guillén Cuervo y Macarena Gómez.	No			La campaña tuvo un impacto real en la industria, abriendo el debate sobre el lugar que se merecen en la industria audiovisual las mujeres de más de 50 años. La campaña se compartió ampliamente en las redes sociales, con más de 31,5 millones de impresiones.	Aumento de las espectadoras de +50 en los canales AXN. Debate real en la industria. Mucha cobertura en medios. La campaña fue galardonada en los I Premios INSPIRA MUJERES de La Razón.	Sí
Sony Pictures Entertainment Iberia SLU	Acompañar es tarea de todos y todas. Campaña FAD - Fundación FAD Juventud	2023, 2024, hasta 10/2025	2, 5	1, 4	Estatal	Castellano	Numerosos pases gratuitos de la campaña en los canales AXN, desde el 1 de enero de 2023 al 30 de abril de 2025. La campaña, que se desarrolló a lo largo de 2023, 2024 y	No	Con la Fundación FAD Juventud, responsable de la campaña		Al haberse emitido muchas veces durante un largo periodo de tiempo (2023, 2024 y 2025), la campaña ha tenido un gran alcance. FAD Juventud	SPEI no tiene la capacidad de medir ni calcular los resultados obtenidos. Lo único que sabemos es que cada año, FAD Juventud destaca la importancia de poder difundir sus	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
							parte de 2025, se centró en sensibilizar a los padres sobre el consumo de redes sociales, series de televisión y videojuegos				nos lo ha agradecido. Cuanto mayor es la difusión, mejores son los resultados.	campañas a través de nuestros canales de televisión.	
Telefónica Audiovisual Digital, S. L. U.	Oferta de entretenimiento de calidad atendiendo a valores	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, otro: "Oferta variada de entretenimiento y calidad, atendiendo a valores educativos, tolerancia, diversidad e inclusión, creatividad, privacidad y libertad de expresión que redundan en beneficio de la sociedad y la industria".	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán Euskera Valenciano Gallego Aranés	Organización de eventos en torno a los contenidos y presentación de los mismos al público en los principales festivales del sector.	No	Ayudas al doblaje en catalán y euskera. Además, las producciones en las que participa TAD con productores independientes optan a ayudas públicas del ICAA.		Con la nueva oferta, desvinculada de las comunicaciones de Telefónica, se ha favorecido el acceso por parte de los usuarios a contenido de calidad a bajo precio.	Buena aceptación por parte de los clientes y la industria de los contenidos ofertados y su contribución a la oferta audiovisual española.	Sí
Telefónica Audiovisual Digital, S. L. U.	Portal web movimiento azul y plataforma educativa.	2024, hasta 10/2025	Otro: Concienciación e información.	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán Euskera Valenciano Gallego Aranés	Campañas con contenidos que fomentan el uso consciente de la tecnología. Formación y acompañamiento en competencias y bienestar digitales. Innovación (diseño responsable productos servicios) y colaboración con expertos y agentes implicados en la protección del menor y uso responsable tecnología.	No			Ha consolidado un discurso único en torno al propósito de Telefónica: usar la tecnología para conectar a personas con lo que realmente importa, de forma segura, inclusiva y responsable. Continúa con nuevas líneas sobre alfabetización mediática, pensamiento crítico, influencia digital responsable etc.	No se ha comprobado la eficacia	Sí
Telefónica Audiovisual Digital, S. L. U.	Documental Generación Click. Movistar Plus+ y Movistar España	Hasta 10/2025	Otro: "Reflexionar sobre el impacto de la tecnología y las RRSS en la infancia /adolescencia y cómo el entorno digital incide en su forma de comunicarse relacionarse y construir identidad, propiciando una conversación social sobre uso consciente de tecnología."	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán Euskera Valenciano Gallego Aranés	La medida se implementó mediante el apoyo a la producción y difusión del documental y la amplificación del debate público a través de los canales propios de Movistar así como de los diferentes expertos participantes.	No			Alto impacto mediático y social, generando conciencia sobre la necesidad de formar a niños, jóvenes y familias en el uso responsable de la tecnología y conectando de forma positiva familias, educadores y jóvenes, promoviendo un diálogo constructivo sobre educar y convivir en la era digital.	Se ha comprobado que la medida ha tenido eficacia positiva.	Sí
Telefónica Audiovisual Digital, S. L. U.	Voces por movimiento azul con María Zabala	2024, hasta 10/2025	Otro: "Dar voz a expertos en bienestar digital impulsando una conversación constructiva sobre uso responsable de tecnología, para avanzar en la sociedad digital y cómo lograr una convivencia digital equilibrada, segura y humana."	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán Euskera Valenciano Gallego Aranés	Evento presencial con María Zabala, con contenidos divulgativos y audiovisuales difundidos en los canales digitales de Movistar y asociados, en los que aborda temas como el equilibrio digital, comunicación en familia, gestión del tiempo en pantalla y alfabetización mediática, la salud mental...etc.	No			Resultados pendientes de evaluación al finalizar la primera temporada en diciembre 2025.	En análisis.	Sí
Telefónica Audiovisual Digital, S. L. U.	Congreso Construyendo juntos el mundo digital que nuestros menores merecen	Hasta 10/2025	Otro: "Espacio de reflexión y acción donde expertos, familias, instituciones y empresas analizaron cómo proteger a niñas, niños y adolescentes en el entorno digital, el impacto de RRSS, incorporación de tecnologías en el aula, acceso a contenidos inadecuados..."	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán, Euskera Valenciano Gallego Aranés	El congreso se celebró en el Espacio Fundación Telefónica y contó con la participación de representantes institucionales, académicos, psicólogos, docentes, ONGs, empresas tecnológicas y medios de comunicación. Se estructuró en mesas redondas, ponencias y debates abiertos sobre los referidos temas.	No			Más de 600 asistentes presenciales y online. Amplia repercusión en medios y rr. ss., con una cobertura positiva que reforzó el liderazgo de Telefónica en materia de bienestar digital y protección infantil.	Valoración positiva	Sí
Telefónica Audiovisual Digital, S. L. U.	Movistar News, newsletter Movistar con expertos, acciones en RRSS y Revista Movistar.	2024, hasta 10/2025	Otro: "Acercar al público general la actualidad tecnológica de Movistar y cómo la innovación y la conectividad contribuyen a	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán Euskera Valenciano	Diversas acciones en Movistar News, Newsletter Movistar con expertos, acciones en RRSS y Revista Movistar dirigidas a difundir consejos, tecnología, innovación	No			Alto nivel de recuerdo y asociación positiva; alta tasa de interacción, un engagement elevado y más de 150.000 lectores por número de revista.	Valoración positiva	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
			una sociedad más humana, inclusiva y responsable. Se han realizado varios programas dedicados a la protección del menor y la seguridad."		Gallego Aranés	cultura digital, bienestar digital y uso responsable de la tecnología.							
Telefónica Audiovisual Digital, S. L. U.	Campaña "Malamadre en modo avión" – Club de Malasmadres y Movistar	2023	Otro: "Junto al Club de Malasmadres, nació para visibilizar el impacto de la tecnología en la vida familiar y promover un uso consciente de las pantallas, una conversación sobre cómo educar y convivir con la tecnología, el autocuidado digital de la familia".	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán Euskera Valenciano Gallego Aranés	Encuentro en el Espacio Fundación Telefónica para reflexionar sobre tecnología, tiempo y bienestar emocional donde se presentó el estudio "Malamadre en modo avión", que analiza hábitos digitales la familia y el equilibrio conexión/desconexión	No			Alta repercusión mediática y social. Más de 15 millones de impactos en prensa, radio, TV y medios digitales. Alto nivel de identificación del público femenino y familiar con los valores de la marca, fortaleciendo la conexión emocional con la sociedad.	Valoración positiva	Sí
Telefónica Audiovisual Digital, S. L. U.	Campaña "Family Game" – Club de Malasmadres y Movistar	2024	Otro: "Colaboración con el Club de Malasmadres para acompañar a las familias en el reto de educar a sus hijos en un uso equilibrado y saludable de videojuegos y pantallas. Pretende romper mitos y fomentar el diálogo intergeneracional sobre el gaming."	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán Euskera Valenciano Gallego Aranés	Encuentro presencial y campaña divulgativa celebrada en el Movistar eSports Center. Reunió a expertos en psicología, educación y gaming para debatir sobre la edad de inicio en los videojuegos, los límites adecuados, el papel de los padres en la supervisión y la importancia del ejemplo adulto.	No			Amplia repercusión mediática y social, en medios generalistas y especializados en educación y tecnología. Más de 20 millones de impactos entre prensa, rr. ss. y canales propios de Movistar y Malasmadres. Participación de familias y comunidades digitales.	Positiva.	Sí
Telefónica Audiovisual Digital, S. L. U.	Campaña y evento "Cambia el story, cambia la historia" – Club de Malasmadres y Movistar – Espacio Movistar	Hasta 10/2025	Otro: "Reflexionar sobre la influencia que ejercen las RRSS en infancia y adolescencia. Para promover una conversación sobre la exposición digital, la autoimagen, la presión social y el impacto de los "stories" en la vida real."	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán Euskera Valenciano Gallego Aranés	Acción multiplataforma: comunicación digital, contenido audiovisual y evento experiencial en el Espacio Movistar con el Club de Malasmadres, familias, expertos, influencers y divulgadores digitales. Amplificación en RRSS generando conversación sobre bienestar digital.	No			Pendiente de valoración hasta que se cierre el proyecto con el segundo evento el 13 de noviembre en Espacio Movistar.	Pendiente de valoración.	Sí
Telefónica Audiovisual Digital, S. L. U.	Página web Menores y Uso responsable Telefónica + Compromiso de Telefónica + Informes sostenibilidad	Desde 11/2022, 2023, 2024,	Otro: "Recoge la Estrategia y el compromiso de Telefónica responsable de la tecnología así como de la televisión. Proporciona una visión conjunta en cuanto a la protección que ofrece para menores y jóvenes."	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán Euskera Valenciano Gallego Aranés	Lucha contra pornografía infantil, bloqueando imágenes y contenidos ex directrices y listas de la Internet Watch Foundation. Una tv responsable: etiquetado/catalogación de contenidos por edad y tipología; controles parentales, Pin parental y Pin de compra, para bloquear y contenidos para menores.	No			Positivo	Positiva.	Sí
Telefónica Audiovisual Digital, S. L. U.	BRANDED CONTENT - Claves para contribuir a crear un entorno digital seguro para tus hijos	Hasta 10/2025	Otro: "Concienciar y ofrecer herramientas prácticas a las familias para acompañar a sus hijos en un uso seguro, equilibrado y responsable de la tecnología. Decálogo de buenas prácticas.	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán Euskera Valenciano Gallego Aranés	Colaboración con el diario El Mundo. Conversación entre la experta en educación digital María Zabala y la responsable de bienestar digital y protección del menor en Telefónica Paula Valle. Contenido escrito y video entrevista.	No			Positivo	Positiva.	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Telefónica Audiovisual Digital, S. L. U.	Cuento infantil "Cinco semanas y un día - Colaboración Ethic y Movistar	2023	Otro: "Reflexión en el entorno educativo sobre el uso de las pantallas, la tecnología y los videojuegos, a partir del relato. Busca que se comprenda el impacto de la tecnología".	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán Euskera Valenciano Gallego Aranés	Parte del cuento infantil "Cinco semanas y un día", escrito por Ana Punset para Movistar y publicado por Ethic dentro de su iniciativa Cuentos4Future. Ficha didáctica complementaria destinada a su uso en aulas o talleres. Difusión a través de un gran número de centros educativos españoles	No			El proyecto permitió que el cuento llegase a numerosos centros educativos, generando un material atractivo para trabajar en clase el tema del uso responsable de las pantallas, así como la convivencia digital.	Positiva.	Sí
Telefónica Audiovisual Digital, S. L. U.	Campaña #MyGameMyName2022	Desde 11/2022	Otro: "Generar conciencia sobre discriminación y acoso machista en el ámbito de los videojuegos y los eSports, visibilizar las barreras por el género, fomentar el respeto en el entorno gamer y promover una cultura de tolerancia cero ante la violencia."	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán Euskera Valenciano Gallego Aranés	Movistar colaboró con la campaña internacional de Wonder Women Tech. Jugadores masculinos cambiaron sus "nicknames" por apodos femeninos para observar los tipos de insultos o actitudes machistas que se generan contra las jugadoras, evidenciando el problema. La campaña tuvo lugar alrededor del 25N.	No			Alta repercusión mediática y digital, más de 30M de impactos. Incremento del 65% en menciones positivas asociadas a Movistar y al gaming responsable. Reconocimiento institucional y social. Refuerzo de Movistar como impulsora de inclusión, respeto y bienestar digital dentro del ecosistema gamer.	Valoración positiva	Sí
The Walt Disney Company Iberia, S.L.U.	Calificación de edad	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	5	4	Estatal	Castellano	Señalización de la calificación de edad de los contenidos emitidos en los canales de los que TWDC Iberia es responsable. Envío de la calificación de edad a los operadores para que la incluyan en sus EPGs.	No			Ofrecer a los telespectadores información sobre la calificación de edad de un contenido con el fin de ofrecer visionar contenidos apropiados para el correcto desarrollo de su conocimiento mediático.	Se ha observado que los usuarios han podido seleccionar contenidos apropiados, lo que contribuye a una mayor alfabetización mediática.	Sí
The Walt Disney Company Iberia, S.L.U.	Producción del podcast "Despierta tu Curiosidad" de National Geographic	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Producción de un podcast sobre curiosidades, enigmas y misterios desconocidos y ocultos detrás de la historia, la ciencia, el arte, el espacio y la cultura.	No			El podcast en sí mismo puede considerarse una medida de alfabetización ya que ayuda a distinguir la desinformación, nos diferenciamos por ofrecer la información verídica de la historia y tener un pensamiento crítico.		No
The Walt Disney Company Iberia, S.L.U.	Campaña promocional del documental "548 Días: captada por una secta", incidiendo en los riesgos de las redes sociales, la manipulación, y la necesidad de contar con un pensamiento crítico.	2023	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Importante promoción de la serie documental "548: captada por una secta" emitida en D+, incluyendo entrevistas de Patricia Aguilar en prensa, programas de máxima audiencia como "El Programa de Ana Rosa". Artículos en prensa y acciones en redes sociales. Se incluyen varios ejemplos con enlaces.	No			Gran acogida y concienciación sobre el peligro de las redes sociales, necesidad de contar con un pensamiento crítico.	Acceso a todo tipo de personas y de todas las edades.	Sí
The Walt Disney Company Iberia, S.L.U.	Emisión de campañas publicitarias con valores y búsqueda de alfabetización mediática	2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Emisión en los canales Star Channel, National Geographic y National Geographic Wild campañas de Fundación FAD Juventud, Juegaterapia, Educo.	No			Alcance y visibilidad, con una adecuada segmentación. Posible incremento en participación y conocimiento.	La emisión en canales de gran audiencia ha favorecido la visibilidad y el conocimiento de las campañas, cumpliendo el objetivo previsto	Sí
The Walt Disney Company Iberia, S.L.U.	Privacidad y seguridad de la información de los usuarios	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	5	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Implementación de medidas de seguridad en todos los sistemas de la compañía	No			Garantiza la correcta seguridad y privacidad de la información de usuarios dentro de los sistemas informáticos. A nivel de seguridad, se siguen las mejores prácticas para mantener sus sistemas de manera segura.		No
The Walt Disney Company Iberia, S.L.U.	Emisión de contenidos educativos dirigidos a público infantil	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6,	4	Estatal	Castellano	Emisión en el canal de Disney Junior y en Youtube en Disney Junior y Disney Channel (desde el 1 de enero de 2025) de numerosos contenidos educativos con los objetivos anteriormente señalizados. Se incluyen los enlaces de algunos ejemplos. En el caso de Disney Channel hay ejemplos de redes sociales	No			Alcance y visibilidad. Segmentación adecuada. Impacto en sensibilización.	La medida ha sido eficaz al garantizar la presencia de las campañas en canales infantiles, contribuyendo a la sensibilización del público objetivo.	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR	
The Walt Disney Company Iberia, S.L.U.	Guía internas de publicidad dirigida a público infantil	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	3, 5,	4	Estatal	Castellano	Implementación de directrices internas sobre publicidad en canales infantiles sobre la limitación de violencia y conductas imitables; daño y ofensa (incluye material sexual, desnudos, lenguaje grosero); seguridad; alimentación.	No			Alcance y visibilidad. Segmentación adecuada.	La medida ha sido eficaz al garantizar la presencia de las campañas en canales con alta penetración, contribuyendo a la sensibilización del público objetivo.	No	
Tres Amigos Films, S. L.	Creación y publicación de la WEB	Desde 11/2022, hasta 10/2025	3, 5, otro: "Información publicada en la WEB en cuanto al contenido de cada uno de los canales de programas infantiles, películas, series y series documentales."	1, 2, 3, 4,	Estatal	Ruso Ucraniano Inglés	Acceso a la información en cuanto a la descripción y contenido de los canales de programas infantiles, películas, series y series documentales – contenido generalista.	No			Acceso a la información en cuanto a la descripción y contenido de los canales de programas infantiles, películas, series y series documentales – contenido generalista.	No se puede valorar.	Sí	
TV UP Streaming Media	Piezas de vídeo que explican cómo usar el servicio	Desde 11/2022; 2023; 2024 hasta 10/2025	2	1,2,3,4	Estatal	Castellano					Formación y capacitación del público de las plataformas de TVUP Streaming Media en competencias digitales y en el uso de los servicios de streaming de la compañía, en el entorno de la televisión conectada.	No medimos la eficacia de la medida, si no el impacto de las visualizaciones.	No	
Veo Televisión, S.A.U. (Canal DMAX)	Lucha contra la desinformación	2023	2, 6,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Uno de los valores fundamentales de VEO, para este caso particular a través de nuestro canal DMAX y en general como empresa del grupo de información Unidad Editorial, es luchas contra la desinformación. Pocos proyectos reflejan de forma más evidente este criterio que la serie "Arny historia de una infamia", historia del mediático y escandaloso caso sexual con menores ocurrido en Sevilla a mediados de los 90. Durante meses, nombres de acusados van sumándose a una larga lista, produciéndose una auténtica caza de brujas.					Veo no tiene la capacidad para medir los resultados obtenidos.	Veo no tiene la capacidad para medir la eficacia de la medida.	Sí
Veo Televisión, S.A.U. (Canal DMAX)	Campaña publicitaria FAD JUVENTUD	2024	5	2, 4,	Estatal	Castellano	Campañas de concienciación. "Acompañar es tarea de todos" Entre las medidas que determina la LGCA en su artículo 10 para la adquisición y el desarrollo de las capacidades de alfabetización mediática en todos los sectores de la sociedad, se establece el fomento del aprendizaje de un consumo responsable y un uso crítico y seguro de los medios digitales. Además, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, como es el caso de VEO, deben cooperar con todas las partes interesadas para promover que los padres, madres, tutores o representantes legales procuren que los menores hagan un uso beneficioso, seguro, equilibrado y responsable de los dispositivos digitales. En esa línea, y de acuerdo con la FAD, la campaña tiene como objetivo sensibilizar sobre la responsabilidad compartida de diferentes actores -familias, autoridades políticas, docentes, plataformas tecnológicas, creadores de contenido, etc.-, de promover el bienestar digital como derecho y	No	Fundación FAD Juventud			VEO no tiene capacidad de medir o calcular los resultados obtenidos a través de esta campaña. No obstante, VEO colabora anualmente con FAD en sus campañas, y la Fundación cada año transmite su agradecimiento por la colaboración.	Veo no tiene la capacidad para medir la eficacia de la medida.	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR	
							establecer límites que fomenten la autonomía progresiva de adolescentes y jóvenes. Además, la campaña enfatiza la importancia de que la juventud debe conocer y ejercer sus derechos digitales para asegurar una navegación por internet segura y empoderada. Estos derechos son fundamentales para su desarrollo y participación en la sociedad digital. Como muestra de su compromiso con la responsabilidad social y la alfabetización mediática, VEO ha realizado colaboraciones desinteresadas con diversas organizaciones y fundaciones sin ánimo de lucro, y en concreto respecto a la que aquí se detalla se ha emitido en el canal DMAX durante el año 2024.							
Veo Televisión, S.A.U. (Canal DMAX)	Calificación por edades e información de programas	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	5	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Entre las medidas que determina la LGCA en su artículo 10. para para la adquisición y el desarrollo de las capacidades de alfabetización mediática en todos los sectores de la sociedad, se establece el fomento del aprendizaje de un consumo responsable y un uso crítico y seguro de los medios digitales y que los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, como es el caso de VEO, cooperen con todas las partes interesadas para promover que los padres, madres, tutores o representantes legales procuren que los menores hagan un uso beneficioso, seguro, equilibrado y responsable de los dispositivos digitales. VEO está firmemente comprometido con la protección de los menores y la colaboración para ello con los padres, madres, tutores o representantes legales, por ello, durante todo el periodo indicado, VEO ha venido aplicando el Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia. Mediante la utilización de la calificación correspondiente de los programas del canal y la información adicional, VEO ofrece información orientada a la audiencia para la correspondiente valoración. La medida se dirige a cualquier persona del público del canal; especialmente, a aquellos que sean progenitores o tutores legales de menores. La implementación se ha realizado mediante la utilización del calificativo de edad y sus colores correspondientes, siguiendo el Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia, de forma que se incluye en todo el contenido disponible en el canal.	No				Veo no tiene la capacidad para medir los resultados obtenidos.	Veo no tiene la capacidad para medir la eficacia de la medida.	Sí
Veo Televisión, S.A.U. (Canal DMAX)	Valoración crítica	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 4,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Uno de los valores fundamentales de VEO, para este caso particular a través de nuestro canal DMAX y en general como empresa del grupo de información Unidad Editorial, es la divulgación de conocimientos que provean a la audiencia de las herramientas	No	Proyecto realizado en colaboración con la Filmoteca Española, organismo encargado de la preservación del patrimonio		La trilogía de la Guerra Civil es una de las series más exitosas en la historia del canal DMAX, con el cuarto mejor estreno de su historia, al reunir un 3,4% de share y 630.000 espectadores. Además, las series se han emitido en más de 160 países y son un referente en el género documental.	Veo no tiene la capacidad para medir la eficacia de la medida.	Sí	

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR		
							necesarias para construir un pensamiento crítico e independiente, fortaleciendo nuestra función social como medio de comunicación. Pocos proyectos reflejan de forma más evidente este criterio que la trilogía de series "España en color" y otras series históricas, que se emite regularmente en el canal DMAX y en la que se aborda el relato del periodo de casi cuarenta años, que va desde el inicio de la guerra civil hasta la muerte de Franco, un periodo clave para entender el pasado más reciente de España. El contenido que se muestra en dichos programas viene respaldado por años de investigación, estudio, análisis y contraste de documentación e información que se contrapone a las habituales visiones sesgadas que se suele hacerse de este periodo de la historia. Colaboración con los historiadores Antony Beevor, Julián Casanova, Ángel Viñas, Paul Preston, Josep Fontana, Enrique Moradiellos, Mercedes Cabrera, Santos Juliá, Juan Pablo Fusi y Ángel Bahamonde, para generar una diversidad de perspectivas siempre objetivas de expertos en la guerra civil y el franquismo. En concreto estas series documentales han sido: i."España dividida, la Guerra Civil en color" ii."España después de la guerra, el franquismo en color" iii."Franco: la vida del dictador en color" iv."Los años de la Transición		cinematográfico español que tiene como misión recuperar, investigar y conservar el patrimonio cinematográfico y promover su conocimiento.						
Veo Televisión, S.A.U. (Canal Gol Play)	Spots publicitarios orientados a sensibilizar a la población sobre la importancia de la alfabetización mediática y la identificación de la desinformación.	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 6,	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	La medida consistió en la producción y difusión de dos spots. El primero guía a la ciudadanía en la resintonización y uso de la TDT, explicando pasos básicos y funciones como guía de programación, subtítulos y control parental, con el fin de mejorar el acceso y el uso seguro de los servicios audiovisuales. El segundo promueve la verificación de contenidos antes de compartir, ofreciendo pautas simples para identificar noticias falsas (comprobar fuente, fecha, autoría y contrastar información), con el objetivo de fortalecer el pensamiento crítico y reducir la propagación de desinformación. Ambos spots se difundieron en televisión, dirigidos a jóvenes, adultos y mayores.	No	UTECA		No se dispone de datos cuantitativos específicos, se estima que la campaña alcanzó a un público amplio a través de su emisión. Se generó visibilidad sobre la temática y se contribuyó a la concienciación social respecto a la necesidad de desarrollar competencias mediáticas.	No se han realizado evaluaciones formales ni recogida de datos específicos sobre la eficacia del spot. Sin embargo, se considera que la medida ha sido eficaz en términos de sensibilización y difusión del mensaje, al haber logrado presencia en medios. La eficacia potencial se basa en la capacidad del (...).	No		
Veo Televisión, S.A.U. (Canal Veo7)	Publicaciones Grupo Unidad Editorial relacionadas con la alfabetización mediática.	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 4, 6,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Formación Escuela de Unidad Editorial, con más de 24 años, forma profesionales en comunicación, veracidad e innovación sostenible. Sus másteres priorizan ética y fact-checking en cuatro fases: selección, investigación, contextualización y publicación transparente para combatir la desinformación.	No	EL MUNDO, editado por el grupo Unidad Editorial, forma parte de The Trust Project, iniciativa global que impulsa estándares de transparencia y credibilidad. Liderado por Sally Lehrman, desarrolla indicadores digitales para que los lectores evalúen la fiabilidad de las noticias.		VEO no tiene capacidad de medir o calcular los resultados (o efectos) obtenidos, pero es importante indicar el alcance que el Grupo Unidad Editorial consigue a través de sus medios y que se refleja en sus datos de audiencia. Link audiencias: https://www.unidadeditorial.es/publicidad/marcas.html	Es habitual encontrarse con información y campañas de sensibilización relacionadas con la alfabetización mediática, lo que demuestra el interés de la sociedad por la adquisición y el desarrollo de competencias y destrezas de las que debe disponer el ciudadano para evaluar críticamente la información	Sí		

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Viacom International Media Networks España, S.L.U. / Comedy Central	Apoyo cine español. Inversión en producción de películas españolas	2023	3	1, 2, 4	Estatal	Castellano	Participamos en la producción de cinco películas en el ejercicio 2023				Estas obras permiten a los ciudadanos acceder a narrativas que reflejan problemáticas sociales, históricas y culturales cercanas, lo que estimula la reflexión y el análisis.	La audiencia tiene acceso a representaciones con las que pueda reflexionar sobre la problemáticas sociales, históricas y culturales cercanas a su realidad con una aproximación cómica que estimula la reflexión.	Sí
Viacom International Media Networks España, S.L.U. / Comedy Central	Calificación y señalización de los contenidos	Desde 11/2022	5	1, 2, 4	Estatal	Castellano	Se señala la calificación de los programas al inicio de los mismos y en cada segmento después del bloque de publicidad. Bajo demanda, desde enero 2023, se quema la calificación sobre los videos de forma que se mantiene visible durante toda la visualización.	No			Se informa de forma eficaz la calificación de los contenidos de forma que mediante el control parental se evite el acceso a contenidos no deseados y las familias puedan tomar decisiones informadas sobre los contenidos que pueden consumir los menores.	Revisión durante el quality control de que los parental ratings han sido quemados sobre los contenidos bajo demanda. Envío de información relativa a calificaciones morales a través de las EPGS para operadores y también presente en el listado de programación descargable de nuestra web.	Sí
Viacom International Media Networks España, S.L.U. / Comedy Central	Producción propia: Roast de España, un formato que se ríe de los tópicos regionales.	Desde 11/2022	3	1, 2, 4	Estatal	Castellano	Edición de contenidos propios en los que se resalte reflexiona con humor sobre las diferentes realidades y culturas regionales, difusión de costumbres de la cultura española.				Edición de contenidos propios en los que se resalte reflexiona con humor sobre las diferentes realidades y culturas regionales, difusión de costumbres de la cultura española.	La audiencia tiene acceso a representaciones con las que pueda identificar sesgos y reflexionar sobre la evolución de roles en los contenidos audiovisuales.	Sí
Viacom International Media Networks España, S.L.U. / Comedy Central	Inclusión contenidos latinoamericanos (Autoposteo)	2023	2	1, 2, 4	Estatal	Castellano	Diversificación en la selección de contenidos para que reflejen de forma responsable las diferentes culturas.				Se apostó por integrar en la estrategia una serie producida por CC Brasil; que se localizó desde el portugués para la audiencia de España.	La audiencia tiene acceso a representaciones con las que pueda identificar sesgos y reflexionar sobre la evolución de roles en los contenidos audiovisuales.	Sí
Viacom International Media Networks España, S.L.U. / Comedy Central	Medida sin nombre	Desde 11/2022	3	1, 2, 4	Estatal	Castellano	Diversificación en la selección de perfiles representados en los contenidos de producción propia, para que reflejen de forma responsable las diferentes culturas.				Se incorporan dos cómicos mexicanos (Alexis de Anda y Carlos Ballarta) a la producción, acercando a la audiencia a la comedia Latinoamericana y ofreciendo un lugar privilegiado dentro de nuestra parrilla a los cómicos latinoamericanos. La temporada fue el contenido más visto en el canal durante el periodo.	La audiencia tiene acceso a representaciones con las que pueda identificar sesgos y reflexionar sobre la evolución de roles en los contenidos audiovisuales.	Sí
Viacom International Media Networks España, S.L.U. / Comedy Central	Producción de programas de stand up con perfiles protagonistas muy variados: CC PRESENTS (2021) y equidad de género (2022). ROAST BATTLE S04 (2023)	Desde 11/2022	3	1, 2, 4	Estatal	Castellano	Diversificación en la selección de perfiles representados en los contenidos de producción propia, para que reflejen de forma responsable las diferentes realidades sociales.				Se seleccionaron participantes con diferentes perfiles, con la idea de reflejar diversos roles y colectivos en nuestras producciones. Participaciones como las de Drags como Pupi Poisson y Arantxa Castilla la Mancha; o perfiles de diferente calado político como Celia Villalobos y Juan Carlos Monedero	La audiencia tiene acceso a representaciones con las que pueda identificar sesgos y reflexionar sobre la evolución de roles en los contenidos audiovisuales.	Sí
Viacom International Media Networks España, S.L.U. / Comedy Central	Contenidos de producción propia centrados en mujer y comedia: edición de los programas especiales "Roast Battle: pelea como una mujer" (4 episodios), Emisión ¡Stop Princesas! Live.	Desde 11/2022	3	1, 2, 4	Estatal	Castellano	Edición de contenidos propios en los que se resalte el papel de las mujeres en comedia.				Se editaron juntas las batallas de ROAST BATTLE protagonizadas por mujeres, emitiéndolo como parte de un especial en el mes de la mujer. Además se emite con asiduidad la producción original "Stop Princesas live! (2019) en el canal.	La audiencia tiene acceso a representaciones con las que pueda identificar sesgos y reflexionar sobre la evolución de roles en los contenidos audiovisuales.	Sí
Viacom International Media Networks España, S.L.U. / Comedy Central	Visibilización a través de agrupaciones de contenidos especiales de programación durante el mes de marzo entorno a mujeres (2023; 2024; 2025); maratón sobre Michael + Cam (modern Family) en la semana del Pride; campaña PRIDE de SOUTH PARK (2022).	Desde 11/2022	2	1, 2, 4	Estatal	Castellano	Diseño de especiales de programación que ponen el foco en grupos sociales de interés				Curación de contenidos y el diseño de especiales que son destacados con campañas de promoción en el canal. Son contenidos que forman parte de la parrilla del canal pero que se destacan por su especial importancia en la forma de representar el papel de un determinado colectivo.	La audiencia tiene acceso a representaciones con las que pueda identificar sesgos y reflexionar sobre la evolución de roles en los contenidos audiovisuales.	Sí
Viacom International Media Networks España, S.L.U. / Comedy Central	Apoyo cine español. Franja COÑÑACINE (Domingos 22:00)	Desde 11/2022	2	1, 2, 4	Estatal	Castellano	Apoyo continuo a la disponibilidad de cine español en el mercado nacional a través de la emisión de películas en un contenedor destacado para las comedias españolas "Coññacine"				Mayor visibilidad y acceso a producciones nacionales, fortaleciendo la industria audiovisual española	Se mantiene la visibilidad del cine español y se fomenta la alfabetización audiovisual y cultural	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Viacom International Media Networks España, S.L.U. / Comedy Central	Concienciación sobre el cine europeo.	Desde 11/2022	2	1, 2, 4	Estatal	Castellano	Se adquirieron derechos de emisión para comedias europeas, con especial representación del cine francés. Se dedicaron, además, diversos especiales para destacar el cine europeo.				A través del contenido, se muestra a la audiencia costumbres y elementos culturales de diversos países europeos; invitando a la reflexión sobre los elementos compartidos y diferenciadores de la cultura de cada país.	La audiencia accede a representaciones que permiten reflexionar sobre elementos compartidos y diferenciadores de la cultura europea.	Sí
Viacom International Media Networks España, S.L.U. / Comedy Central	Colaboración con festivales de cine. Festival de Tarazona 2023	2023	2	1, 2, 4	Estatal	Castellano	Participación y colaboración en festivales como el de Tarazona 2023, apoyando la difusión de valores y la alfabetización audiovisual.				Refuerzo de la conexión entre el canal y el sector audiovisual nacional, y mayor participación de la audiencia en eventos culturales.	Se fomenta la participación activa de la audiencia en eventos culturales y se refuerza la conexión con el sector audiovisual.	Sí
Viacom International Media Networks España, S.L.U. / Comedy Central	Emisión de campañas de valores. Emisión campañas Fundación FAD Juventud y Emisión campañas juegaterapia	Desde 11/2022	2	1, 2, 4	Estatal	Castellano	Emisión de campañas de sensibilización social en colaboración con entidades como Fundación FAD Juventud y Juegaterapia.				Mayor concienciación social y desarrollo de valores positivos entre la audiencia.	Se contribuye a la concienciación social y al desarrollo de valores positivos entre la audiencia.	Sí
Viacom International Media Networks España, S.L.U. / Comedy Central	Apoyo cine español. Inversión en producción de películas españolas	2023	3	1, 2, 4	Estatal	Castellano	Participamos en la producción de cinco películas en el ejercicio 2023				Estas obras permiten a los ciudadanos acceder a narrativas que reflejan problemáticas sociales, históricas y culturales cercanas a su realidad con una aproximación cómica que estimula la reflexión.	La audiencia tiene acceso a representaciones con las que pueda reflexionar sobre la problemáticas sociales, históricas y culturales cercanas a su realidad con una aproximación cómica que estimula la reflexión.	Sí
Vodafone ONO, S.A.U. y Vodafone España, S.A.U.	Protección de datos: transparencia, seguridad y cumplimiento	Desde 11/2022, hasta 10/2025	5	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Actividades de control sobre la plataforma de televisión, como revisiones y auditorías periódicas para comprobar el cumplimiento de la normativa aplicable en materia de protección de datos.	No			Ofrecer a los usuarios una plataforma segura, minimizando los riesgos existentes en materia de protección de datos.	No existe el riesgo cero, no obstante y hasta la fecha, no se han reportado incidencias al respecto.	Sí
Vodafone ONO, S.A.U. y Vodafone España, S.A.U.	Protección de datos: transparencia, seguridad y cumplimiento	Desde 11/2022, hasta 10/2025	5	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Vodafone realiza anualmente campañas de concienciación internas para la mejora continua del entendimiento de la normativa de protección de datos.	No			Ofrecer a los usuarios una plataforma segura, minimizando los riesgos existentes en materia de protección de datos.	No existe el riesgo cero, no obstante y hasta la fecha, no se han reportado incidencias al respecto.	Sí
Vodafone ONO, S.A.U. y Vodafone España, S.A.U.	Protección de datos: transparencia, seguridad y cumplimiento	Desde 11/2022, hasta 10/2025	5	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Vodafone realiza anualmente campañas de concienciación internas para la mejora continua del entendimiento de la normativa de protección de datos.	No			Ofrecer a los usuarios una plataforma segura, minimizando los riesgos existentes en materia de protección de datos.	No existe el riesgo cero, no obstante y hasta la fecha, no se han reportado incidencias al respecto.	Sí
Vodafone ONO, S.A.U. y Vodafone España, S.A.U.	Protección de datos: transparencia, seguridad y cumplimiento	Desde 11/2022, hasta 10/2025	5	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Implementación de una herramienta de gestión del consentimiento para el uso de datos personales a través de la plataforma de TV que permite al usuario decidir, por ejemplo, que se le muestren contenidos en base a su navegación y que le permite modificar su configuración desde su área de usuario.	No			Garantizar al usuario la posibilidad de decidir libre y conscientemente en relación al tratamiento de los datos. -Garantizar la revocación del consentimiento de forma sencilla en cualquier momento. -Garantizar la transparencia en el tratamiento de los datos.	No existe el riesgo cero, no obstante y hasta la fecha, no se han reportado incidencias al respecto.	Sí
Vodafone ONO, S.A.U. y Vodafone España, S.A.U.	Protección de datos: transparencia, seguridad y cumplimiento	Desde 11/2022, hasta 10/2025	5	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Puesta a disposición del usuario de la plataforma de TV de políticas de privacidad y cookies a efectos de proporcionar toda la información relativa al tratamiento de datos personales que realiza la plataforma, garantizando la transparencia.	No			Garantizar al usuario la posibilidad de decidir libre y conscientemente en relación al tratamiento de los datos. -Garantizar la revocación del consentimiento de forma sencilla en cualquier momento. -Garantizar la transparencia en el tratamiento de los datos.	No existe el riesgo cero, no obstante y hasta la fecha, no se han reportado incidencias al respecto.	Sí
Vodafone ONO, S.A.U. y Vodafone España, S.A.U.	Vídeos Tutoriales para Activación de Servicios	Desde 11/2022, hasta 10/2025	2, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Creación de una página de soporte y ayuda en la web de Vodafone con tutoriales, manuales y preguntas frecuentes sobre las funcionalidades y cómo utilizar el servicio de Vodafone TV. La misma información queda disponible en el propio servicio Vodafone TV. Producción de vídeos didácticos.	No			Los clientes valoran positivamente la claridad y cercanía de las explicaciones.	Buena	No

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Vodafone ONO, S.A.U. y Vodafone España, S.A.U.	Control parental	Desde 11/2022, hasta 10/2025	5	4	Estatal	Castellano	Mecanismos digitales en el firmware de los dispositivos para bloquear contenido y compras no deseadas de contenidos no apropiados para menores de ciertas edades, controlar su presencia y su visionado.	No			Control parental sencillo y seguro.	Buena	No
Vodafone ONO, S.A.U. y Vodafone España, S.A.U.	Parental raiting	Desde 11/2022	1, 5,	2, 4,	Estatal	Castellano	Asignación de clasificación por edad a cada contenido, basada en estándares europeos. Visualización en pantalla del rating de edad en todos los contenidos. Control exhaustivo de metadatos en emisión lineal y vídeo bajo demanda.	No			Facilita el control de contenidos por parte de los padres.	Muy buena	No
Vodafone ONO, S.A.U. y Vodafone España, S.A.U.	PIN de compras	Desde 11/2022	5	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Se explica a los clientes la existencia de contenidos de alquiler, que generan pagos adicionales, y cómo pueden usar un PIN de seguridad para evitar compras involuntarias en servicios de vídeo transaccional. Desarrollo de software para limitar compras mediante PIN.	No			Inexistencia de cobros indebidos por compra involuntaria.	Muy buena	No
Vodafone ONO, S.A.U. y Vodafone España, S.A.U.	Parental Advisory Flag	Desde 11/2022	2, 3, 5,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Control de metadatos en emisión lineal y vídeo bajo demanda. Software específico que incluye esta funcionalidad para mostrar en texto las características y connotaciones del contenido (lenguaje soez, violencia, etc.) Visualización en pantalla del "Parental Advisory Flag".	No			Los clientes valoran positivamente la claridad y cercanía de las explicaciones.	Los clientes valoran la inclusión de esta información. Buena	No
Vodafone ONO, S.A.U. y Vodafone España, S.A.U.	Control por voz	Desde 11/2022	5	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Mecanismos digitales de firmware e ingestión de catálogos en plataformas con motores de búsqueda automática por Voz. Volcado diario de información en plataforma de recomendaciones y motores de búsqueda automática por Voz. Para facilitar acceso al contenido de personas que no saben escribir.	No			Excelente valoración por la sencillez del servicio y la facilidad de buscar por voz en vez de escribir todos los textos.	Muy Buena. Importante porcentaje de uso del servicio	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (CRTVE ANDALUCÍA)	Reportajes y entrevistas en los informativos regionales de TVE en el CT Andalucía	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 4, 6	1, 2, 3, 4	Andalucía	Castellano	Entrevista con Domi del Postigo, presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía, que comparte reflexiones sobre el papel del audiovisual en la sociedad. 13/08/2024 Formación digital en pequeños pueblos de Andalucía. 13/06/24 Reportaje sobre los retos del mundo rural y la tecnología. 21/11/2023	No	Consejo Audiovisual de Andalucía		Difundir información de servicio público sobre dicha temática	media / alta	Si
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (VerificaRTVE)	Participación en foros sobre desinformación y verificación en los que compartimos herramientas, lecciones aprendidas y consejos para hacer frente a los bulos.	Hasta 10/2025	1, 5, 6,	1, 2, 3,	Andalucía, Aragón, Castilla y León, C. Valenciana, R. de Murcia	Castellano, inglés	Jornadas de Verificación del Instituto RTVE. R-Conecta para desmentir mitos y bulos. Congreso de Periodismo de Huesca sobre la dana de Valencia. Charlas en universidades y foros contra campañas de desinformación. Taller de casos prácticos contra la desinformación hecho por la BBC.	No	Agencia EFE en la elaboración del reportaje Torre Pacheco: anatomía de un bulo Médicos Sin Fronteras BBC DSN STANPA (Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética)		Buena respuesta por parte de ciudadanos a través de nuestras vías de comunicación.	Media-alta	Sí
Squirrel Global Media, S.L. / BOM CINE	Medida 1	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 4, 5,	1, 2, 3, 4,	Andalucía, C. Valenciana, C. de Madrid, R. de Murcia	Castellano	Emisión programa musical en directo que trataba temas de actualidad y fomentaba la participación del público. Incluía una sección de alfabetización digital sobre apps y uso responsable del móvil, promoviendo el diálogo cultural y la formación mediática.	No			Fidelización de la audiencia a este programa y un notable interés por participar dando sus opiniones.	Entendemos que por la audiencia conseguida por el programa y su seguimiento, ayudamos a nuestros espectadores a tener una información objetiva, les hemos enseñado a un uso adecuado de redes sociales y a conocer diferentes apps que le pudieran ayudar en función de sus diferentes necesidades.	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (CRTVE ARAGÓN)	Reportajes y entrevistas en los informativos regionales de TVE en el CT ARAGÓN	Dede 11/2022	1, 2, 4, 5, 6	1, 2, 3, 4	Aragón	Castellano	Cobertura a la noticia del Foro de Alfabetización Mediática en la era de la desinformación que ha tenido lugar en Zaragoza.	No			Difundir información de servicio público sobre dicha temática	media / alta	Sí
Gestión de Contenidos Virtuales, S.L. / Acontra+	Programa de Cine y Salud Mental 2024-2025	2024; Hasta 10/2025	2, 5, otro: "promoción de la salud, el crecimiento personal del alumnado de Las Rozas".	4	C. de Madrid	Castellano	Pase de varias películas relacionadas con los temas de salud mental en colegios. En especial el de CROSS ROADS (del colectivo artístico Boa Mistura)	No	Concejalía de Cultura y Educación del Ayuntamiento		Trabajo de intervención artística de este curso escolar (basado en la filosofía de Boa Mistura) que ha presentado el equipo de alumnado del García Lorca, realizado voluntariamente y con apoyo de dos referentes del audiovisual que viven en el municipio.	No se ha comprobado.	No
Cable Aireworld, S.A.U.	Inteligencias artificiales sobre IA y tecnología en magazin de canales de TV locales y curso de alfabetización digital	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 5,	1, 2, 3, 4,	C. Valenciana	Castellano	Sección semanal sobre nuevas tecnologías "inteligencias artificiales, que se emite en los magazin de canales locales (Tele Novelda, Aspe Televisión, Tele Crevillente, Tele Agost y Elche cableworld televisión. Cursos de alfabetización digital desarrollados en nuestras instalaciones para gente mayor.	No	con la Fundación Cableworld y con asociaciones locales y administraciones públicas de los municipios donde tenemos red de fibra óptica y televisión local.		Aunque no tenemos datos medibles, nos consta que la sección desperta gran interés entre nuestra audiencia. Igualmente, los cursos realizados hasta ahora han tenido buena acogida (15-20 personas por año).	La información tecnológica en TV o redes sociales siempre genera impacto e interés, y hasta el momento los cursos propuestos se han realizado con éxito.	No
Squirrel Global Media, S.L. / BOM CINE	Alfabetización digital	Desde 11/2022, 2023, 2024,	1, 2, 4, 5,	1, 2, 3, 4,	C. Valenciana	Castellano	sección específica dedicada a la alfabetización digital, presentada por un empleado de Apple, don Gerardo Martín, en la que se analizaban las aplicaciones móviles más destacadas del momento y se ofrecían recomendaciones prácticas para un uso seguro, responsable y eficiente del teléfono móvil.	No			Fidelización de la audiencia a este programa y un notable interés por participar dando sus opiniones	Entendemos que por la audiencia conseguida por el programa y su seguimiento, ayudamos a nuestros espectadores a tener una información objetiva, les hemos enseñado a un uso adecuado de redes sociales y a conocer diferentes apps que le pudieran ayudar en función de sus diferentes necesidades.	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (VerificaRTVE)	VerificaRTVE en Somos 8 de RTVE Canarias	Hasta 10/2025	1, 5, 6,	1, 2, 3,	Canarias	Castellano	Intervenciones puntuales en el programa Somos 8 de RTVE Canarias desmintiendo bulos relacionados con temas de actualidad prestando especial atención a las ciberestafas y ofreciendo consejos sobre cómo detectarlas y evitarlas.	No			Buena respuesta por parte de ciudadanos a través de nuestras vías de comunicación.	Media-alta	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (CRTVE CANTABRIA)	Reportajes y entrevistas en los informativos regionales de TVE en el CT Cantabria	Hasta 10/2025	1, 2, 4, 6	3, 4	Cantabria	Castellano	Día del Mayor: invitamos al centro a varias personas jubiladas para enseñarles la radio y la TV y les explicamos el proceso de elaboración de las noticias. Elaboración de un manual para alumnos con claves para distinguir bulos de información contrastada. Visita al centro	No			Difundir información de servicio público sobre dicha temática	media / alta	No
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (CRTVE CASTILLA Y LEÓN)	Informativo territorial RNE Castilla y León	2024	1, 2, 4, 6	1, 3	Castilla y León	Castellano	Entrevista con Felicidad Campal, bibliotecaria y organizadora del Debate de Alfabetización Mediática e Información	No			Difundir información de servicio público sobre dicha temática	media / alta	Sí
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (CRTVE CASTILLA-LA MANCHA)	Reportajes y entrevista en los informativos regionales de TVE y RNE en CT Castilla-La Mancha	Hasta 10/2025	1, 2, 4, 6	1, 3	Castilla-La Mancha	Castellano	Convenio presentado en Ciudad Real entre el Instituto de RTVE y la organización de mujeres rurales AFAMMER para acercar la formación digital y audiovisual a las mujeres y familias del medio rural.	No	Organización AFAMMER		Difundir información de servicio público sobre dicha temática	media / alta	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

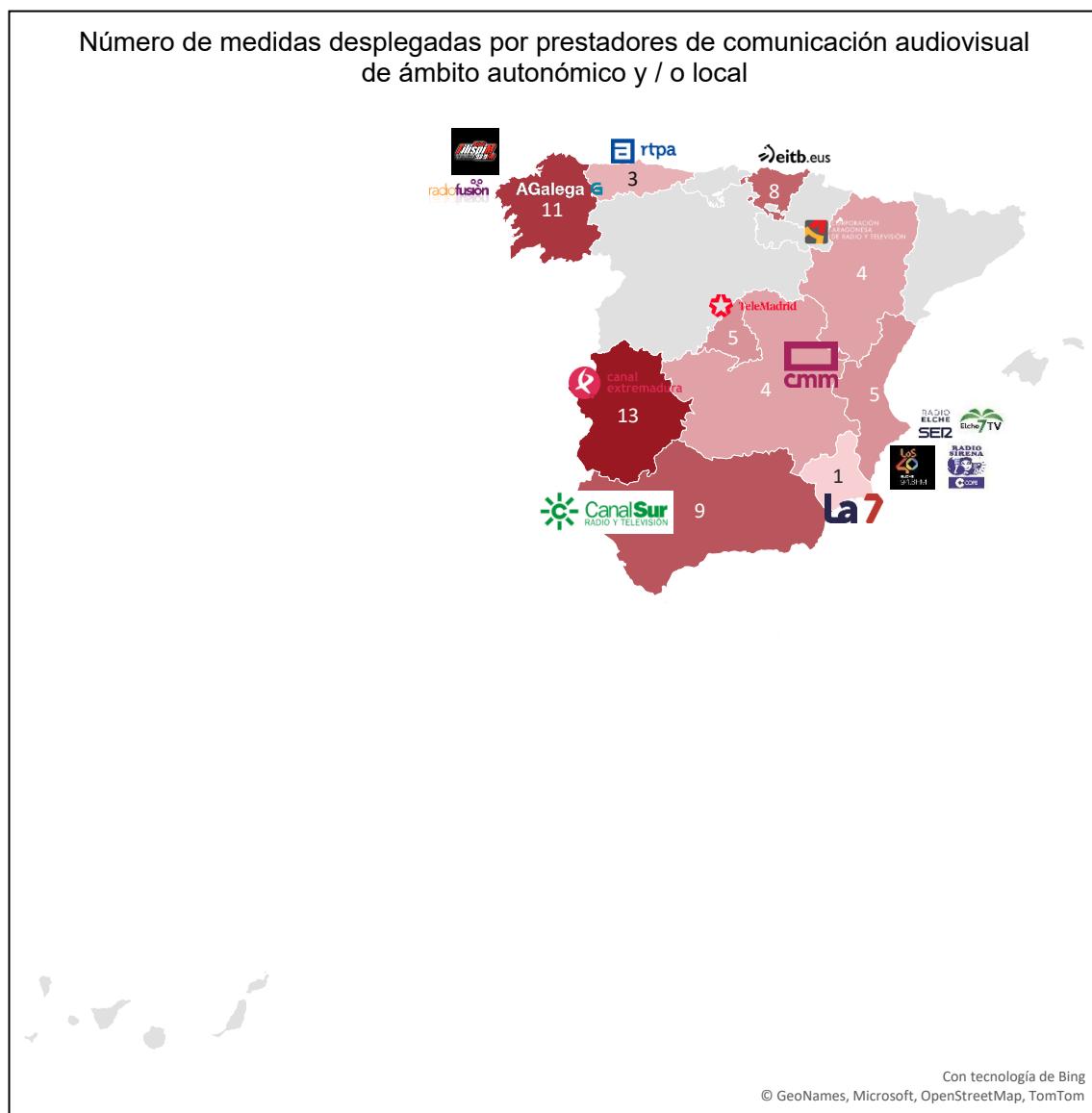
NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (RTVE CATALUÑA)	L'Altaveu	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 6	4	Catalunya	Catalán	Apoyar la explicación de la actualidad con diferentes tipos de grafismos para facilitar su comprensión. / Los chyrons del programa ayudan a comprender y fijar mejor los conceptos explicados en el programa. / En cuanto a las imágenes citar la procedencia.	No			Difundir información de servicio público sobre dicha temática	Media	Si
Comunidad Filmin, S. L.	Atlántida Mallorca Film Festival	2023, 2024, hasta 10/2025	2	1, 2	Illes Balears	Castellano, Catalán	Conjunto de conferencias y charlas enmarcadas en los eventos que se celebran durante el festival de CINE ATLANTIDA MALLORCA FILM FESTIVAL, que se celebra la última semana de julio en palma de Mallorca, en formato físico sobre temas tan diversos como la sostenibilidad, el autismo o la vivienda	Sí		828.882,00 €	Los datos que comparamos anualmente son la estimación de asistencias físicas al festival y los visionados que se han realizado desde FILMIN. En 2023 la asistencia fue de 23.000 espectadores, frente a los 45.000 de 2025. En visionados online, pasamos de los 250.000 en 2023, a los 1.500.000 en 2025	En base a los resultados obtenidos, se puede confirmar que la medida sigue siendo un éxito, razón por la que seguimos apoyándola.	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

7.2. Medidas de prestadores de servicios de comunicación audiovisual de ámbito autonómico y local.

En el periodo 2023-2025 se han reportado **63 iniciativas** de alfabetización mediática por parte de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual de ámbito autonómico y local. Para elaborar este informe se recibió la información de **16 prestadores** (entre ellos varios de ámbito local), una cifra muy superior al anterior informe donde solo se recibió la contribución de 4 prestadores de ámbito autonómico (y ninguno local).



NOMBRE ENTIDAD		NOMBRE MEDIDA		HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO		AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS		EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Agencia Pública Empresarial Radio y Televisión de Andalucía y su Sociedad Filial, Canal Sur Radio y Televisión	"Conectados". Programa de radio, emitido semanalmente en Radio Andalucía Información, dedicado a la Alfabetización Mediática	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1,2, 3, 4	Andalucía	Castellano	Emisión de programa de lunes a viernes de 18 a 20 horas		No	No				Satisfactoria consecución de los objetivos perseguidos, cuales son ofrecer la actualidad del mundo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación: Internet, Redes Sociales, apps...y dar a conocer a emprendedores andaluces que lideran proyectos TICs, startups, las citas tecnológicas...	No se ha comprobado su eficacia, aunque si disponemos de datos de audiencia	Sí	
Agencia Pública Empresarial Radio y Televisión de Andalucía y su Sociedad Filial, Canal Sur Radio y Televisión	"EnRed". Programa de televisión dedicado a la divulgación de la tecnología, ciencia, internet y web en Andalucía, emitido un día a la semana en Andalucía Televisión, dedicado a la Alfabetización Mediática.	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	2, 3, 5	1, 2, 3, 4	Andalucía	Castellano	Emisión del programa un día a la semana, martes, en "prime time" a las 21.30 horas.		No	No hay colaboraciones, salvo las imprescindibles para completar sus contenidos.				Satisfactorio cumplimiento de los objetivos del programa: informar de proyectos de tecnología, ciencia, internet y web en Andalucía y ayudar a desarrollar habilidades tecnológicas digitales entre su audiencia.	No se ha comprobado su eficacia, aunque si disponemos de datos de audiencia	Sí	
Agencia Pública Empresarial Radio y Televisión de Andalucía y su Sociedad Filial, Canal Sur Radio y Televisión	"EnREDa2". Programa de televisión dedicado a la Alfabetización Mediática, más concretamente al mundo de las redes sociales, citando para hablar de ellas a artistas, creadores de contenido y gente con talento. Emitido un día a la semana, sábado a las 10:10, en Canal Sur Televisión,	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6,	2, 4	Andalucía	Castellano	Emisión del programa que contiene diversas secciones y contenidos relacionados. Se emite un día a la semana.							Se entiende que presta un adecuado servicio a la sociedad andaluza, educando a hacer un uso eficaz, consciente y responsable de las redes sociales.	No se puede comprobar su eficacia. No obstante, podemos remitir datos de audiencia en caso de que se nos requieran.	Sí	
Agencia Pública Empresarial Radio y Televisión de Andalucía y su Sociedad Filial, Canal Sur Radio y Televisión	"Experiencia TV" Programa concurso que emite los reportajes elaborados por estudiantes de las facultades de Comunicación y Centros de Formación Profesional (rama de Imagen y Sonido) de Andalucía. Tiene por objetivo ofrecer una experiencia real de elaboración de un reportaje para televisión a estos futuros profesionales del sector. Los reportajes finalistas de todas las ediciones de "Experiencia TV" están disponibles en la plataforma Canal Sur Más.	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	2, 3, 5,	1, 2, 3, 4,	Andalucía	Castellano	Programa concurso anual. Todos los años se celebra una entrega de premios y los reportajes finalistas de todas las ediciones están disponibles en la plataforma Canal Sur Más.		No	Facultades de Comunicación e Institutos de FP (rama Imagen y Sonido) de Andalucía. Se admite la participación de todos los estudiantes que cumplen los requisitos.				Se alcanza plenamente el objetivo propuesto de contribuir a la formación de estudiantes de las facultades de Comunicación y Centros de Formación Profesional (rama de Imagen y Sonido) de Andalucía, mediante una experiencia real de elaboración de un reportaje para televisión emitida en Canal Sur Más.	Su eficacia es máxima, si atendemos a que en el año 2025 se ha celebrado su XXII edición y al creciente número de institutos y facultades implicados.	Sí	
Agencia Pública Empresarial Radio y Televisión de Andalucía y su Sociedad Filial, Canal Sur Radio y Televisión	"La Banda en tu Cole" 3 ^a , 4 ^a y 5 ^a Edición. La Banda en tu Cole, es un espacio de nuestro programa "La Banda" diseñado el principal objetivo de mejorar la competencia audiovisual y mediática del profesorado y del alumnado andaluz de Infantil y Primaria, a través del desarrollo en la práctica de un proyecto audiovisual a lo largo de dos años. Los vídeos resultantes pueden ser visionados en "La Banda en tu Cole", en Andalucía Televisión (ATV), y también en CanalSur Más. Además, en reconocimiento al esfuerzo de los participantes, en cada edición se entregan diplomas a los centros seleccionados para participar en el proyecto y a sus coordinadores.	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6,	4	Andalucía	Castellano	Desarrollo a lo largo de dos años de un proyecto audiovisual por el profesorado y alumnos de infantil y primaria de colegios de Andalucía, con el apoyo y asesoramiento de profesionales de Canal Sur. Los vídeos resultantes pueden ser visionados en "La Banda en tu Cole", en Andalucía Televisión (ATV)			Consejería de Desarrollo Educativo y FP de la Junta de Andalucía. Colegios de Infantil y Primaria de Andalucía.				Satisfactorios. Todos los años son seleccionados para participar en el proyecto una media de 20 colegios, que culminan el proceso formativo de su alumnado en habilidades audiovisuales y digitales mediante la elaboración de un proyecto audiovisual	Todos los años son seleccionados para participar en el proyecto una media de 20 colegios, que culminan el proceso formativo de su alumnado en habilidades audiovisuales y digitales mediante la elaboración de un proyecto audiovisual	Sí	
Agencia Pública Empresarial Radio y Televisión de Andalucía y su Sociedad Filial, Canal Sur Radio y Televisión	IX, X y XI edición de los Premios "El Audiovisual en la Escuela". Concurso anual que persigue aumentar las capacidades en materia audiovisual y el conocimiento de las actuales herramientas digitales de profesores y alumnos, con edades comprendidas entre los 9 y los 18 años de edad, en representación de centros de toda Andalucía, y al mismo tiempo estimular la capacidad crítica y analítica de los jóvenes con respecto a los mensajes y la publicidad recibidos a través de los medios audiovisuales y las redes sociales.	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6,	2, 4,	Andalucía	Castellano	Entrega anual de un premio económico a cinco centros educativos, que deben destinar a la adquisición de material o a la realización de actividades audiovisuales. Andalucía Televisión y Canal Sur Más emiten el programa "El Audiovisual en la Escuela", que muestra los vídeos ganadores del concurso.			Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA). Fundación Cajasol. Consejo Escolar de Andalucía				Se estima que se cumplen todos los objetivos pretendidos del programa antes citados.	Se estima que se cumplen todos los objetivos pretendidos del programa antes citados.	Sí	

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD		NOMBRE MEDIDA		HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Agencia Pública Empresarial Radio y Televisión de Andalucía y su Sociedad Filial, Canal Sur Radio y Televisión	“Compromiso Canal Sur”. Programa de divulgación sobre las acciones de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) desarrolladas por RTVA, entre las que se encuentran las iniciativas incluidas en su línea de acción específicamente dedicada a la AMI. Durante el periodo de referencia Compromiso Canal Sur ha dedicado 14 programas a tratar temas relacionadas con la alfabetización mediática.	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Andalucía	Castellano	14 programas dedicados a temas de AMI.						Se entiende que se han alcanzado los objetivos del programa relacionados con la alfabetización mediática de los andaluces y la difusión de las acciones de responsabilidad social que la empresa desarrolla en este ámbito.	No se ha comprobado, aunque se encuentran disponibles a petición los datos de audiencia del programa.	Sí
Agencia Pública Empresarial Radio y Televisión de Andalucía y su Sociedad Filial, Canal Sur Radio y Televisión	Campaña informativa "Google y Canal Sur: Por la ciberseguridad". Campaña conjunta de concienciación sobre ciberseguridad, cuyo objetivo era promover prácticas seguras en el entorno digital y proteger a los usuarios de posibles amenazas ciberneticas	2024	1, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Andalucía	Castellano	Píldoras audiovisuales de temas relacionados con la ciberseguridad, que los usuarios pudieron ver en CanalSur Más y en el canal corporativo de Canal Sur en Youtube. Además, estas piezas formaron parte del contenido del programa "EnRed".		Centro Google de Excelencia para la Ciberseguridad en Málaga				Satisfactorios. Se considera alcanzado su objetivo era promover prácticas seguras en el entorno digital y proteger a los usuarios de posibles amenazas ciberneticas.	No se ha comprobado su eficacia.	Sí
Agencia Pública Empresarial Radio y Televisión de Andalucía y su Sociedad Filial, Canal Sur Radio y Televisión	Creación FUTURA de sección en nuestra plataforma de contenidos a demanda Canal Sur Más "Compromiso con la Alfabetización Mediática e Informacional (AMI)", con recursos claros y accesibles para ayudar a tomar decisiones informadas y desarrollar pensamiento crítico: - Contenidos de nuestros programas dedicados a la alfabetización mediática - Guías y tutoriales - Actividades interactivas - Materiales para docentes y familias...	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Andalucía	Castellano	Creación de la sección		Consejo Audiovisual de Andalucía. Unesco. Y todas aquellas otras que aporten contenidos.				Medida no implantada. Ejecución prevista para año 2026.	Medida no implantada. Ejecución prevista para año 2026.	Sí
Corporación Aragonesa de Radio y Televisión (CARTV)	Participación a través de la Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA) en el Decálogo contra las fake news — “Si dudas, no compartas”.	Desde 11/2022	1, 2, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Aragón	Castellano	Se desarrollaron acciones de sensibilización y divulgación a través de los medios públicos autonómicos integrados en FORTA, entre otros ARAGÓN TV, incluyendo la difusión del decálogo en programas informativos, campañas educativas	No					La difusión del Decálogo de FORTA ha contribuido a mejorar la alfabetización mediática en distintos grupos de edad. Además, el decálogo ha sido utilizado en campañas, talleres y contenidos audiovisuales, ampliando su alcance educativo. Su formato accesible lo ha convertido en una herramienta replicable	El Decálogo contra las fake news promovido por FORTA en interés de sus organismos asociados como la CORPORACIÓN ARAGONESA DE RADIO Y TELEVISIÓN, ha demostrado ser eficaz como herramienta de sensibilización y alfabetización mediática. Su enfoque claro y preventivo ha facilitado la comprensión de los conceptos.	Sí
Corporación Aragonesa de Radio y Televisión (CARTV)	Participación de la CORPORACIÓN ARAGONESA DE RADIO TELEVISIÓN a través de la Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA) en el Decálogo para el tratamiento de la salud mental en medios de comunicación, acordado entre FORTA y la Sociedad Española de Psiquiatría y Salud Mental (SEPSM).	2023	1, 2, 3, 4, 5,	1, 2, 3,	Aragón	Castellano	Difusión del decálogo entre profesionales de medios públicos autonómicos, formación interna en redacciones, y promoción de buenas prácticas en el tratamiento informativo de la salud mental. Se han realizado campañas de sensibilización	Sí					Mayor concienciación entre profesionales de medios sobre el impacto del lenguaje y las imágenes en la percepción pública de la salud mental. Se ha observado una mejora en el enfoque informativo de temas psiquiátricos, con menor uso de estereotipos y mayor respeto hacia los derechos de los pacientes.	La medida ha sido valorada como eficaz por su carácter instructivo y pedagógico. Ha permitido a los profesionales comprender mejor los problemas de salud mental y evitar errores comunes en su tratamiento informativo. Su aplicación ha contribuido a una cobertura más ética y responsable	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Corporación Aragonesa de Radio y Televisión (CARTV)	Participación a través de la Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA) en el grupo de Trabajo para el Impulso de la Alfabetización Mediática en España, dentro del Foro contra las campañas de desinformación del Departamento de Seguridad Nacional (DSN).	Hasta 10/2025	2, 4, 6, otro: "promover y fortalecer la alfabetización mediática en España a través de un enfoque integral que comprende el análisis exhaustivo de las iniciativas actualmente en desarrollo, la identificación y sistematización de buenas prácticas tanto a nivel nacional como autonómico".	1, 2, 3, 4,	Aragón	Castellano	Desarrollo de sesiones de trabajo colaborativas orientadas al intercambio de conocimientos y experiencias; elaboración de conclusiones fundamentadas en el análisis de los resultados obtenidos; definición y validación de indicadores.	No	Participan la Comisión de los Mercados y la Competencia (CNMC), la Federación de organismos o entidades de radio y televisión autonómicos (FORTA), en interés y representación de sus doce organismos de comunicación pública audiovisual autonómicos asociados que comparten el compromiso común		Documento de conclusiones preliminares que recoge un análisis detallado del estado actual de la alfabetización mediática en España, incluyendo propuestas de mejora orientadas a fortalecer las competencias digitales y el pensamiento crítico de la ciudadanía. Asimismo, incorpora la definición y validación de indicadores clave de rendimiento (KPI) para la evaluación de su eficacia.	Actualmente en fase de evaluación. Se han establecido y definido indicadores de rendimiento (KPI) destinados a medir, de manera objetiva y sistemática, el impacto y la eficacia de las acciones futuras, garantizando así un seguimiento continuo y una mejora constante de los resultados alcanzados	Sí
Corporación Aragonesa de Radio y Televisión (CARTV)	Jornada FORTA & IBERIFIER sobre alfabetización mediática	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6, otro: "Iniciativa conjunta de la CORPORACIÓN ARAGONESA DE RADIO Y TELEVISIÓN, a través de la Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA), el Observatorio IBERIFIER y la Universidad de Navarra, celebrada en Madrid el 11 de septiembre"	1, 2, 3,	Aragón	Castellano	Durante la jornada se desarrolló un programa variado que combinó distintos formatos de aprendizaje y debate. Se incluyeron conferencias magistrales a cargo de expertos en alfabetización mediática, showcases centrados en la presentación		La Jornada fue organizada conjuntamente por la Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA), conformada por sus doce Organismos Asociados entre los que está la CORPORACIÓN ARAGONESA DE RADIO Y TELEVISIÓN, que comparten el compromiso común de fortalecer la alfabetización mediática.		El encuentro permitió reforzar el compromiso común de los medios públicos autonómicos y del ámbito académico con la promoción de la alfabetización mediática y la lucha contra la desinformación, subrayando la función esencial del servicio público audiovisual en la construcción de una ciudadanía crítica.	El encuentro reunió a representantes de medios autonómicos, investigadores y responsables de proyectos educativos, lo que permitió compartir experiencias y metodologías de éxito en alfabetización mediática, favoreciendo la identificación de iniciativas destacadas en este ámbito.	Sí
Radio Televisión Madrid, S.A.U. (RTVM)	Participación a través de la Federación de Organismos o entidades de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA) en el grupo de Trabajo para el Impulso de la Alfabetización Mediática en España, dentro del Foro contra las campañas de desinformación del Departamento de Seguridad Nacional (DSN)	2024, hasta 10/2025	2, 4, 6, otro: "Promover la coordinación interinstitucional"	1, 2, 3, 4	C. de Madrid	Castellano	Desarrollo de sesiones de trabajo colaborativas orientadas al intercambio de conocimientos y experiencias; elaboración de conclusiones fundamentadas en el análisis de los resultados obtenidos; definición y validación de indicadores clave de rendimiento (KPI) para la evaluación de su eficacia	No	Participan la CNMC, FORTA, RTVE, plataformas digitales, universidades y ONGs		Documento de conclusiones preliminares que recoge un análisis detallado del estado actual de la alfabetización mediática en España, incluyendo propuestas de mejora orientadas a fortalecer las competencias digitales y el pensamiento crítico de la ciudadanía.	Actualmente en fase de evaluación. Se han establecido y definido indicadores de rendimiento (KPI) destinados a medir, de manera objetiva y sistemática, el impacto y la eficacia de las acciones futuras, garantizando así un seguimiento continuo y una mejora constante de los resultados alcanzados.	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD		NOMBRE MEDIDA		HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO			AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS		EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Radio Televisión Madrid, S.A.U. (RTVM)	Participación a través de la Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA) en el Decálogo contra las fake news —“Si dudas, no compartas”	Desde 11/2022	1, 2, 4, 5, 6	1, 2, 3, 4	C. de Madrid	Castellano	Acciones de sensibilización y divulgación a través de los medios públicos autonómicos, con la difusión del decálogo en programas informativos, campañas educativas y plataformas digitales, para concienciar a la ciudadanía sobre la desinformación y promover el uso crítico de la información en redes y medios	No				Mejorar la alfabetización mediática en distintos grupos de edad. El decálogo se ha utilizado en campañas, talleres y contenidos audiovisuales, ampliando su alcance educativo. Siendo una herramienta replicable en otros contextos autonómicos y educativos, y ha fortalecido la comprensión de los riesgos de la desinformación y ha fomentado un consumo crítico de la información.	El Decálogo contra las fake news ha demostrado ser eficaz como herramienta de sensibilización y alfabetización mediática. Su enfoque claro y preventivo ha facilitado la comprensión de los riesgos de la desinformación y ha fomentado un consumo crítico de la información.	Sí				
Radio Televisión Madrid, S.A.U. (RTVM)	Jornada FORTA & IBERIFIER sobre alfabetización mediática	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6, otro: Reflexionar sobre el papel de los medios de comunicación públicos en la promoción de la alfabetización mediática, con especial atención al ámbito audiovisual.	1, 2	C. de Madrid	Castellano	Durante la jornada se combinaron distintos formatos de aprendizaje y debate: conferencias con expertos en alfabetización mediática, showcases centrados en la presentación de iniciativas, experiencias internacionales, una mesa redonda y una sesión práctica para desarrollarlo en el ámbito audiovisual.		La Jornada fue organizada conjuntamente por la Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA), entre los que está RTVM, y el Observatorio Ibérico de Medios Digitales (IBERIFIER).		El encuentro permitió reforzar el compromiso común de los medios públicos autonómicos y del ámbito académico con la promoción de la alfabetización mediática y la lucha contra la desinformación.	Generó reflexión estratégica sobre el papel de los medios públicos frente a la desinformación, impulsando el compromiso de las cadenas autonómicas con la formación de audiencias críticas y responsables. Ayudó a definir planes de acción y herramientas para integrar esta materia en las org. audiovisuales.	Sí					
Radio Televisión Madrid, S.A.U. (RTVM)	Participación de RTVM a través de la Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA) en el Decálogo para el tratamiento de la salud mental en medios de comunicación, acordado entre FORTA y la Sociedad Española de Psiquiatría y Salud Mental (SEPSM).	2023	1, 2, 3, 4, 5	1, 2, 3	C. de Madrid	Castellano	Difusión del decálogo entre profesionales de medios públicos autonómicos, formación interna en redacciones, y promoción de buenas prácticas en el tratamiento informativo de la salud mental. Se han realizado campañas de sensibilización y se ha ofrecido el documento como guía de referencia para periodistas	No			Mayor concienciación entre profesionales de medios sobre el impacto del lenguaje y las imágenes en la percepción pública de la salud mental. Se ha observado una mejora en el enfoque informativo de temas psiquiátricos, con menor uso de estereotipos y mayor respeto hacia los derechos de los pacientes.	La medida ha sido valorada como eficaz por su carácter instructivo y pedagógico. Ha permitido a los profesionales comprender mejor los problemas de salud mental y evitar errores comunes en su tratamiento informativo. Su aplicación ha contribuido a una cobertura más ética y responsable.	Sí					
Radio Televisión Madrid, S.A.U. (RTVM)	Campaña de divulgación, en colaboración con la Consejería de Digitalización de la Comunidad de Madrid, sobre el uso de la tecnología, la alfabetización mediática y la inteligencia artificial	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6, otro: Reflexionar sobre el papel de los medios de comunicación públicos en la promoción de la alfabetización mediática, con especial atención al ámbito audiovisual.	1, 2, 3, 4	Estatal	Castellano	Distintas acciones informativas tanto en televisión, como en radio y en internet sobre cuestiones relacionadas con el uso de la tecnología, la alfabetización mediática y la inteligencia artificial.	No	Consejería de Digitalización		Formar y dar a conocer información relacionada con el uso de la tecnología, la alfabetización mediática y la inteligencia artificial. Hemos informado en programas como Madrid Trabaja, Madrid Directo y en los informativos sobre diversos programas de alfabetización digital que impulsan la Comunidad, ayuntamientos de la región y distintas asociaciones dirigidos a aquellos colectivos más vulnerables. Junto a ello, otras organizaciones, como Cruz Roja o Fundación Once, también impulsan programas de estas características de los que hemos informado en una sección específica de divulgación sobre estas cuestiones.	La emisión de esos contenidos ha permitido a los espectadores conocer la opinión de distintos expertos sobre esas cuestiones.	Sí					
Cadena Ser (Radio Elche, S.L.)	Escuela de ciudadanía	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6,	2, 4,	C. Valenciana	Castellano, Valenciano	Programa de radio "escuela de ciudadanía" que se realiza en institutos de Elche con alumnado y docentes donde se involucra a los institutos de Elche para trabajar sobre medios de comunicación y administración local.	No	Universidad Miguel Hernández de Elche, Fundación Radio Elche.		Satisfacción con los resultados por parte de los centros. Utilizado para la evaluación de competencias de los estudiantes.	Prácticamente del 98%. Hay muy pocos estudiantes que no terminan por implicarse en el trabajo previo y durante el programa.	Sí					
Elche 7 TV	Escuela de ciudadanía	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6,	2, 4,	C. Valenciana	Castellano, Valenciano	Programa de Televisión "Escuela de Ciudadanía" que se realiza en institutos de Elche con alumnado y docentes donde se involucra a los Institutos de Elche para trabajar previamente sobre los medios de comunicación y la administración local.	No	Universidad Miguel Hernández de Elche, Fundación Radio Elche.		Todos los centros se muestran muy satisfechos con los resultados. Lo utilizan para evaluación de competencias de los estudiantes.	Eficacia prácticamente del 98%	Sí					

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD		NOMBRE MEDIDA		HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO		AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS		EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Los 40 Elche (Radio Elche, S. L.)	Recomendaciones a los oyentes	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 4, 5, 6,	2, 4,	C. Valenciana	Castellano 'Valenciano'	Con motivo del día mundial de la radio, la empresa Los 40 Elche realiza visitas guiadas a estudiantes donde se les explica el origen de la radio fórmula, cómo funcionan, las características del medio radio y su función social y de entretenimiento. Publicidad a nivel local y financiación de medios.	No	Fundación Radio Elche. UMH		Los jóvenes entienden el medio radio mejor y son conscientes de la influencia de las emisoras de radio musicales en los gustos de la juventud, así como la repercusión en la industria musical y el crecimiento de artistas. Conocimiento de la publicidad a nivel local y financiación de medios privados.	Estas visitas son muy solicitadas por los institutos de elche y municipios cercanos. Los jóvenes valoran la visita unos días más tarde y el feedback de los docentes es satisfactorio.	Sí				
Radio Sirena Cope Benidorm (MEGAHERTZIOS, S.A.).	Recomendaciones a los oyentes	2024, hasta 10/2025	5, 6, otro: "Recomendaciones sobre ciberseguridad para combatir estafas, hackeos o spam malicioso".	1, 3,	C. Valenciana	Castellano 'Valenciano'	Colaboración permanente, en formato de entrevista, con un experto en ciberseguridad (Cristóbal Campos Juan).	No			No se han testado resultados al realizar como servicio a los oyentes, más allá del feedback de agradecimiento recibido por ellos.	No se ha testado eficacia. Se detecta un interés creciente en oyentes de más 30 años por temas de ciberseguridad.	No				
Castilla-La Mancha Media	Charlas a grupos escolares en visitas institucionales a CMM	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6,	4	Castilla-La Mancha	Castellano	Charlas durante las visitas de colegios e institutos a las instalaciones de CMM	No			Gran repercusión entre los estudiantes para que conozcan cómo se elaboran las noticias.	Alta, con gran repercusión en los más jóvenes.	Sí				
Castilla-La Mancha Media	Detectando bulos con Maldita.es en Radio Castilla-La Mancha	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Castilla-La Mancha	Castellano	Sección semanal en el programa de Radio Castilla-La Mancha "Castilla-La Mancha a las 8".	No	Maldita.es		Gran difusión a través de Radio Castilla-La Mancha de herramientas para evitar los bulos.	Muy alta. Repercusión en la audiencia de Radio Castilla-La Mancha.	Sí				
Castilla-La Mancha Media	Declaración de Castilla-La Mancha contra la Desinformación	Hasta 10/2025	1, 3, 4, 5, 6, otro: "Alianza de medios de comunicación regionales para unir fuerzas contra la desinformación".	1, 2, 3, 4,	Castilla-La Mancha	Castellano	Acto público con 70 medios de comunicación implicados y difusión en todos ellos.	No	Con 70 medios de Comunicación de Castilla-La Mancha		Gran impacto mediático y difusión del decálogo de la declaración de Castilla-La Mancha contra la desinformación.	Muy alta. Empleo del decálogo en los medios firmantes	Sí				
Castilla-La Mancha Media	Contenidos propios y cobertura informativa en CMM	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Castilla-La Mancha	Castellano	Programas, reportajes, noticias, secciones en diferentes programas de televisión y radio, así como en los soportes digitales de CMM	No			Resultados de audiencias interesadas en nuestra programación	Muy alta. Repercusión en la audiencia de CMM	Sí				
Fundación Amigos de Radio María	Extensiones de accesibilidad digital de la web	2024, hasta 10/2025	5	1, 3,	Estatal	Castellano	Medidas de accesibilidad digital a personas con discapacidades auditivas o con discapacidad visual. La arquitectura y el diseño de la web tienen en cuenta las necesidades de personas con discapacidades cognitivas o de desarrollo	No			Aumento del tráfico en la web de Radio María (https://radiomaria.es/)	Aumento en el tráfico de la web corporativa.	Sí				
Sociedad Pública de Radiodifusión y Televisión Extremeña, S.A.U. (Canal Extremadura)	Alfabetización mediática en Canal Extremadura Televisión: "DÓNDE ANDAS"	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 5	1, 2, 3, 4	Extremadura	Castellano	Reportaje del programa DONDE ANDAS sobre una ruta en la localidad de Higuera de Albalat basada en el geocaching. Aunque no se considera alfabetización mediática en sí misma, es una actividad recreativa que utiliza tecnología (GPS) y puede ayudar a desarrollar habilidades de alfabetización mediática	No	Medios técnicos y plantilla de la productora - empresa-generadora del contenido.		El target al que va dirigido el contenido ha recibido la información.	La eficacia viene derivada de los datos de audiencia del programa.	Sí				
Sociedad Pública de Radiodifusión y Televisión Extremeña, S.A.U. (Canal Extremadura)	Alfabetización mediática en Canal Extremadura Televisión: "A NUESTRA SALUD"	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	2, 5	1, 3	Extremadura	Castellano	Tecnología e idiomas para nuestros mayores. Estimular la mente también es salud (noviembre 2022) Estimular la mente también es salud. La tecnología nos rodea y la edad no debe ser un obstáculo para estar al día. ¿Te cuesta pedir cita por internet? Visitamos el Centro Coconet de Cáceres y charlamos (...).	No			El target al que va dirigido el contenido ha recibido la información	La eficacia viene derivada de los datos de audiencia del programa.	Sí				

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Sociedad Pública de Radiodifusión y Televisión Extremeña, S.A.U. (Canal Extremadura)	Alfabetización mediática en Canal Extremadura Televisión: "Escúchame!"	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 5	2, 3, 4	Extremadura	Castellano		No	Medios técnicos y plantilla de la productora - empresa-generadora del contenido.		El target al que va dirigido el contenido ha recibido la información	El grado de eficacia es elevado ya que aparecen reportajes con mucha asiduidad en la producción.	Sí
Sociedad Pública de Radiodifusión y Televisión Extremeña, S.A.U. (Canal Extremadura)	Alfabetización mediática en Canal Extremadura Televisión y Multimedia: La Besana en Verde.	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6	1, 2, 3	Extremadura	Castellano	Todos los programas llevan una sección llamada "Breves tecnológicos" donde vemos las últimas novedades tecnológicas aplicables al ámbito de la agricultura y ganadería. - Proceso de transformación del maíz. Mérida. - Agrivoltáica. Investigación Cicytex (Centro de Investigaciones Científicas y Tecnológica de Extremadura)	Sí	Medios técnicos y plantilla de la productora - empresa-generadora del contenido.	0,00 €	El target al que va dirigido el contenido ha recibido la información	El grado de eficacia es elevado ya que la audiencia de La Besana tiene la posibilidad de estar informados de las últimas novedades en tecnología que se están desarrollando en la región en el sector agroganadero.	Sí
Sociedad Pública de Radiodifusión y Televisión Extremeña, S.A.U. (Canal Extremadura)	Alfabetización mediática en Canal Extremadura Televisión y Multimedia: Internet es real, campaña de ciberseguridad de la Universidad Extremadura, el Centro Universitario de Mérida y Canal Extremadura.	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6	1, 2, 3, 4	Extremadura	Castellano Aranés	Canal Extremadura y la Universidad de Extremadura han trabajado conjuntamente en el desarrollo de esta campaña informativa, que se difundirá a través de todas las plataformas del medio. Está especialmente dirigida a jóvenes y personas mayores, y busca divulgar buenas prácticas y consejos básicos en ciberseguridad.	Sí	Cátedra de Ciberseguridad INCIBE-UEx-UMe. Esta iniciativa estratégica, enmarcada en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRT) y financiada por el programa Next Generation EU. Medios técnicos y plantilla de la productora - empresa-generadora del contenido y la Universidad de Extremadura.	0,00 €	El target al que va dirigido el contenido ha recibido la información	El grado de eficacia es elevado ya que la campaña dura 6 meses y el contenido se está difundiendo diariamente a través de todos los medios disponibles de Canal Extremadura: televisión, radio, web y redes sociales.	Sí
Sociedad Pública de Radiodifusión y Televisión Extremeña, S.A.U. (Canal Extremadura)	Alfabetización mediática en Canal Extremadura Televisión y Multimedia: CONEXIÓN EXTREMADURA	2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6	1, 2, 3	Extremadura	Castellano		Sí	El presupuesto de Canal Extremadura viene otorgado por la Junta de Extremadura. No se cuenta con financiación extraordinaria para la ejecución de estas medidas. Medios técnicos y plantilla de la productora- empresa generadora del contenido.	0,00 €	El target al que va dirigido el contenido ha recibido la información		Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Sociedad Pública de Radiodifusión y Televisión Extremeña, S.A.U. (Canal Extremadura)	Alfabetización mediática en Canal Extremadura Televisión y Multimedia. Muévete. Programa cultural.	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	2, otro: "Mostrar cómo se utiliza la innovación en el ámbito cultural"	1, 2, 3	Extremadura	Castellano	Obra de teatro 'Arroz Pasao', un montaje de la compañía TAPTC Teatro que reflexiona sobre las consecuencias de un mal uso de la tecnología. 2. Estrena en la sala OffCultura de Badajoz de la comedia de Menuda Producciones "El cariño en 2055", que viaja hasta un hipotético futuro donde el abuso de las (...).	Sí	El presupuesto de Canal Extremadura viene otorgado por la Junta de Extremadura. No se cuenta con financiación extraordinaria para la ejecución de estas medidas. Medios técnicos y plantilla de la productora - empresa-Generadora del contenido.	0,00 €	El target al que va dirigido el contenido ha recibido la información	La gestión del proceso indica que se cumplieron con los objetivos previstos en su diseño	Sí
Sociedad Pública de Radiodifusión y Televisión Extremeña, S.A.U. (Canal Extremadura)	Noticias en web	2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 6, otro: Noticias sobre alfabetización competencias y seguridad digital	1, 2, 3, 4	Extremadura	Castellano	Actividades llevadas a cabo (Describir qué tipo de actividad) Elaboración de noticias relacionadas con conceptos como ciberseguridad, competencias digitales y alfabetización digital	Sí	Universidad de Extremadura	0,00 €	Visitas a la página web	Informar a la ciudadanía extremeña sobre conceptos clave de alfabetización digital	Sí
Sociedad Pública de Radiodifusión y Televisión Extremeña, S.A.U. (Canal Extremadura)	Informativos Canal Extremadura TV	2024	1, 2, 3, 4, 5, 6	1, 2, 3, 4	Extremadura	Castellano	Actividades llevadas a cabo 1.Extramadura presenta una Estrategia de Transformación Digital para modernizarse social y económicoamente. 2.Investigadores de la UEX desarrollan algoritmos de IA para detectar cáncer de mama. 3.Asunción Gómez, medalla de Extremadura: "hay que hacer un uso seguro..."	Sí		0,00 €	El target al que va dirigido el contenido ha recibido la información.	La gestión del proceso indica que se cumplieron los objetivos previstos en su diseño.	Sí
Sociedad Pública de Radiodifusión y Televisión Extremeña, S.A.U. (Canal Extremadura)	Alfabetización mediática en Canal Extremadura Televisión: "112 EN ACCIÓN"	2024, hasta 10/2025	5, 6	1, 2, 3	Extremadura	Castellano	Se realizó una acción destinada a redes sociales que consistía en la realización de píldoras audiovisuales sobre "Evitar estafas en nuestras compras por internet", "Phishing", "SMS fraudulentos" y "ofertas de empleo falsas". Reportaje en el programa 112 EN ACCIÓN para evitar el "phishing".	No	Medios técnicos y plantilla de la productora - empresa- generadora del contenido, Policía Nacional y Guardia Civil.		El target al que va dirigido el contenido ha recibido la información tanto en su emisión en televisión como en redes sociales.	La gestión del proceso indica que se cumplieron los objetivos previstos en su diseño. La eficacia fue valorada positivamente tanto desde la empresa como desde el Cuerpo Nacional de Policí	Sí
Sociedad Pública de Radiodifusión y Televisión Extremeña, S.A.U. (Canal Extremadura)	Canal Extremadura Radio: El sol sale por el oeste.	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 6	1, 2, 3, 4	Extremadura	Castellano	1.Sección semanal del colectivo Plena Inclusión 2.Programas exteriores de "El sol sale por el oeste" con colectivos de jóvenes en directo de 10 a 13h desde el IES Lacimurga en Navalvillar de Pela con motivo de la celebración de la XXII Olimpiada y la II Olimpiada Intercentro.	Sí	El presupuesto de Canal Extremadura viene otorgado por la Junta de Extremadura. No se cuenta con financiación extraordinaria para la ejecución de las medidas. : Plena Inclusión Extremadura, UNICEF, SEPAD	0,00 €	El target al que va dirigido el contenido ha recibido la información y ha formado parte del proceso del mismo.	La gestión del proceso indica que se cumplieron los objetivos previstos en su diseño	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Sociedad Pública de Radiodifusión y Televisión Extremeña, S.A.U. (Canal Extremadura)	Canal Extremadura Radio: Palabras Mayores	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 6	3	Extremadura	Castellano	4.Sección semanal en colaboración con el SEPAD "La voz plateada". este programa hace especiales en diferentes residencias de mayores contribuyendo a la alfabetización mediática de las personas de edad. Palabras Mayores en la Escuela de Administración Pública de Mérida con motivo del Congreso para (...).	Sí	El presupuesto de Canal Extremadura viene otorgado por la Junta de extremadura. No se cuenta con financiación extraordinaria para la ejecución de las medidas: Plena Inclusión Extremadura, UNICEF, SEPAD	0,00 €	El target al que va dirigido el contenido ha recibido la información y ha formado parte del proceso del mismo	La gestión del proceso indica que se cumplieron los objetivos previstos en su diseño	Sí
Sociedad Pública de Radiodifusión y Televisión Extremeña, S.A.U. (Canal Extremadura)	Canal Extremadura Radio: Soy lo prohibido	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 6	3	Extremadura	Castellano	El programa de copla "Soy lo prohibido", presentado por la cantante Pilar Boyero también contribuye a la alfabetización mediática de las personas mayores con sus salidas a los pequeños municipios extremeños.	Sí	El presupuesto de Canal Extremadura viene otorgado por la Junta de extremadura. Nos e cuenta con financiación extraordinaria para la ejecución de las medidas. : Plena Inclusión Extremadura, UNICEF, SEPAD	0,00 €	El target al que va dirigido el contenido ha recibido la información y ha formado parte del proceso del mismo	La gestión del proceso indica que se cumplieron los objetivos previstos en su diseño	Sí
Corporación de Radio y Televisión de Galicia/Corporación de Servizos Audiovisuais de Galicia (CRTVG/CSAG)	Colaboración semanal sobre ciberseguridad en el pgorama "A tarde" de Radio Galega	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6	1, 2, 3, 4	Estatal, Galicia.	Gallego	48 colaboraciones al año	Comandancia de la Guardia Civil de A Coruña			48 colaboraciones al año, de 15 minutos semanales	la medida logra el impacto en la audiencia de la Radio Galega, vía radio y vía señal en directo de AGalegaAudio.gal	Sí
Corporación de Radio y Televisión de Galicia/Corporación de Servizos Audiovisuais de Galicia (CRTVG/CSAG)	Participación a través de la Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA) en el Decálogo contra las fake news —"Si dudas, no compartas".	Desde 11/2022	1, 2, 4, 5, 6	1, 2, 3, 4,	Estatal, Galicia.	Castellano	Acciones de sensibilización y divulgación a través de los medios públicos autonómicos integrados en FORTA incluido la difusión del decálogo en programas informativos, campañas educativas y plataformas digitales para concienciar a la ciudadanía sobre la desinformación y el uso crítico de la información.	No			Mejora de la alfabetización mediática en distintos grupos de edad. El decálogo ha sido utilizado en campañas, talleres y contenidos audiovisuales, ampliando su alcance educativo. Es una herramienta replicable en otros contextos que ha fortalecido la colaboración institucional.	El Decálogo promovido en interés de sus organismos asociados como la CSAG, es una herramienta de sensibilización y alfabetización mediática. Su enfoque claro y preventivo ha facilitado la comprensión de los riesgos de la desinformación y ha fomentado un consumo crítico de la información.	Sí
Corporación de Radio y Televisión de Galicia/Corporación de Servizos Audiovisuais de Galicia (CRTVG/CSAG)	Participación de los medios públicos gallegos, a través de la Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA) en el Decálogo para el tratamiento de la salud mental en medios de comunicación, acordado entre FORTA y la Sociedad Española de Psiquiatría y Salud Mental (SEPSM).	2023	1, 2, 3, 4, 5,	1, 2, 3	Estatal, Galicia.	Castellano	Difusión del decálogo entre profesionales de medios públicos autonómicos, formación interna en redacciones y promoción de buenas prácticas en el tratamiento informativo de la salud mental. Realizadas campañas de sensibilización y se ha ofrecido el documento como guía de referencia para periodistas	No	Sociedad Española de Psiquiatría y Salud Mental (SEPSM)		Mayor concienciación entre profesionales de medios sobre el impacto del lenguaje y las imágenes en la percepción pública de la salud mental. Se ha observado una mejoría en el enfoque informativo de temas psiquiátricos, con menor uso de estereotipos y mayor respeto hacia los derechos de los pacientes.	La medida ha sido valorada como eficaz por su carácter instructivo y pedagógico. Ha permitido a los profesionales comprender mejor los problemas de salud mental y evitar errores comunes en su tratamiento informativo. Su aplicación ha contribuido a una cobertura más ética y responsable.	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Corporación de Radio y Televisión de Galicia/Corporación de Servizos Audiovisuais de Galicia (CRTVG/CSAG)	Participación a través de la Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA) en el grupo de Trabajo para el Impulso de la Alfabetización Mediática en España, dentro del Foro contra las campañas de desinformación del Departamento de Seguridad Nacional (DSN).	2024, hasta 10/2025	2, 4, 6, otro: "Promover la coordinación interinstitucional"	1, 2, 3, 4	Estatal, Galicia.	Castellano	Sesiones colaborativas para intercambiar conocimientos y experiencias; conclusiones fundamentadas en el análisis de los resultados obtenidos; definición y validación de indicadores clave de rendimiento (KPI) para la evaluación su eficacia; propuestas de mejora continuada; coordinación	No	CNMC, Federación de organismos o entidades de radio y televisión autonómicos (FORTA), RTVE, plataformas digitales, universidades y ONGs		Conclusiones preliminares con un análisis del estado actual de la alfabetización mediática en España, con propuestas de mejora para fortalecer las competencias digitales y el pensamiento crítico de la ciudadanía. Asimismo, incorpora la definición y validación de indicadores KPI y recomendaciones	Actualmente en fase de evaluación. Se han establecido y definido indicadores de rendimiento (KPI) destinados a medir, de manera objetiva y sistemática, el impacto y la eficacia de las acciones futuras, garantizando así un seguimiento continuo y una mejora constante de los resultados alcanzados.	Sí
Corporación de Radio y Televisión de Galicia/Corporación de Servizos Audiovisuais de Galicia (CRTVG/CSAG)	Jornada FORTA & IBERIFIER sobre alfabetización mediática	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6, otro: "Reflexionar sobre el papel de los medios de comunicación públicos en la promoción de la alfabetización mediática, con especial atención al ámbito audiovisual".	1, 2, 3	Estatal, Galicia.	Castellano	conferencias magistrales a cargo de expertos en alfabetización mediática, showcases centrados en la presentación de iniciativas y experiencias internacionales, y una mesa redonda para debatir sobre proyectos de educación mediática. Taller para diseñar planes de acción en el ámbito audiovisual		FORTA, conformada por sus doce Organismos Asociados entre los que está la CSAG y el Observatorio Ibérico de Medios Digitales (IBERIFIER). Universidad de Navarra, Universidad Carlos III de Madrid y la organización South 180, especializada en estrategia audiovisual		Reforzar el compromiso común de los medios públicos autonómicos y del ámbito académico con la promoción de la alfabetización mediática y la lucha contra la desinformación, subrayando la función esencial del servicio público audiovisual en la construcción de una ciudadanía crítica y bien informada.	capacidad de generar reflexión estratégica sobre el papel de los medios públicos frente a la desinformación, impulsando el compromiso de las cadenas autonómicas con la formación de audiencias críticas y responsables. Definición de planes de acción y herramientas concretas.	Sí
Corporación de Radio y Televisión de Galicia/Corporación de Servizos Audiovisuais de Galicia (CRTVG/CSAG)	Comunicación interna-intranet corporativa	2023, 2024, hasta 10/2025	2, 5	1, 2	Galicia	Gallego	Publicaciones destinadas a todo el personal de la Corporación				Doce publicaciones en 2025 en la Intranet y doce correos electrónicos semanales que permiten comunicar a la plantilla de los medios públicos de riesgos a evitar y buenos hábitos a implementar respecto de legislación, protección de datos, etc.	Cerca de un millar de empleados de los medios públicos son impactados por las publicaciones.	Sí
Corporación de Radio y Televisión de Galicia/Corporación de Servizos Audiovisuais de Galicia (CRTVG/CSAG)	Contenidos audiovisuales sobre protección de datos y uso seguro de las tecnologías	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6	1, 2, 3, 4	Galicia	Gallego	Emisión de 73 piezas audiovisuales anuales en la parrilla de TVG ('Bos días', 'A revista', 'O termómetro' 'Galicia noticias', 'Telexornal mediodía', 'Telexornal serán'), Radio Galega y sus canales digitales, además de entrevistas y publicidad digital.		El convenio es firmado, anualmente, entre la CSAG y AMTEGA, la Agencia para la Modernización Tecnológica de Galicia.		Anualmente, 73 piezas audiovisuales anuales en la parrilla de TVG, de las que 52 se publican en los formatos G24 y TVG y otras 21 en el espacio 'DígochoEu'. Emisión de al menos 12 entrevistas a personas expertas 100.000 impresiones de publicidad digital en las plataformas	La medida logra el impacto en la audiencia de los medios audiovisuales públicos gallegos, tanto en el ámbito informativo, como de entretenimiento, desde el público infantil, a través de Xabarín.gal, como del adulto en las plataformas de contenidos y los espacios informativos de televisión y radio.	sí
Corporación de Radio y Televisión de Galicia/Corporación de Servizos Audiovisuais de Galicia (CRTVG/CSAG)	Certamen "Radio Na Biblio"	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6	1, 2, 4	Galicia	Gallego	Los centros escolares presentan trabajos sonoros en formato podcasts (entrevistas, cuñas publicitarias, informativos, coloquios, debates) Producidos en gallego y con una duración de entre 3 y 5 minutos. El certamen cuenta con 3 categorías: - educación infantil y 1º y 2º de E.P - ESO - Bach. y ciclos	Sí	El certamen está organizado por la Consellería de Educación, Ciencia, Universidades y FP de la Xunta de Galicia, conjuntamente con la CSAG.	10.000,00 €	Cada año, ocho nuevos podcasts nutren la sección 'Radio na Biblio' de la plataforma digital AGalegaAudio.gal.	La medida logra la implicación de la comunidad escolar gallega en una acción formativa en el ámbito de la comunicación audiovisual; el desarrollo de habilidades digitales y el empleo de los laboratorios de radio como herramienta pedagógica.	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD		NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL		OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO		AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS		EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Euskal Irrati Telebista - Radio televisión Pública vasca (EITB)	GENERACIÓN CLICK	2024	1, 2, 3, 5, otro: "Generar debates sociales sobre aspectos de la vida juvenil en familias y entornos educativos".	1, 4,	Estatal, País Vasco	Castellano Euskera	"Generación Click", serie documental de 4 episodios, analiza el impacto del abuso de móviles y redes en adolescentes: ansiedad, depresión, adicciones y suicidio. Incluye testimonios de jóvenes, familias y expertos, mostrando riesgos y soluciones para proteger la salud mental.					Episodio 1: Generación fármacos Episodio 2: Generación bótox Episodio 3: Generación adictos Episodio 4: Generación S.O.S.	Grado alto de eficacia: debate social planteado en horario de máxima audiencia		Sí		
Euskal Irrati Telebista - Radio televisión Pública vasca (EITB)	GENERACIÓN PORNO	2023	1, 2, 3, 5, otro: "Generar debates sociales sobre aspectos de la vida juvenil en familias y entornos educativos".	1, 4,	Estatal, País Vasco, Catalunya	Castellano Catalán Euskera	"Generación Porno", coproducción de EITB y TV3, analiza cómo la pornografía digital influye en la sexualidad adolescente. Con entrevistas a jóvenes, familias y expertos, busca reflexionar sobre educación sexual y el impacto de contenidos online. Disponible en EITB Nahieran y Primeran.		Docuserie coproducida por EITB, (Televisió de Catalunya) y Shine Iberia		Capítulo1: Porno a 2 clicks Capítulo2: Víctimas de su época Capítulo3: La mala educación Capítulo 4: La buena educación Dos debates especiales en ETB-2 (Canal de televisión lineal en castellano con emisiones en Euskadi). Uno tras el primer capítulo (22/9/23) y otro tras el cuarto episodio (13/10/23)	e incluye en el informe de Impacto y Valor Social de EITB publicado en 2024 con datos de 2023 (Página 59 en adelante): https://www.eitbtaldea.eus/es/pdf.php?2HNI79tflyihvYADx6NtK5A== 559.000 espectadores en TV 222.000 espectadores de los dos debates televisados 5.750 reproducciones en plataformas.		Sí			
Euskal Irrati Telebista - Radio televisión Pública vasca (EITB)	Conciencia Social en formato Podcast	Desde 11/2022, 2023	1, 2, 6, otro: "Ofrecer datos frente a relatos"	1, 2, 3, 4,	País Vasco	Castellano Euskera	Dos pócast sobre conciencia social: "Norte Sur" (12 episodios) analiza cooperación internacional, hambre como arma, criminalización de la solidaridad y justicia transicional. "El muro invisible" aborda migración en Bidasoa, leyes europeas y racismo, con testimonios y expertos.		•Norte Sur está producido en colaboración con eLankidetza (Agencia vasca de Cooperación y Solidaridad) •"Harresi ikustezina" / "El muro invisible" está producido en colaboración con la Diputación Foral de Gipuzkoa		Norte Sur: https://guau.eus/s/norte-sur-harresi-ikustezina El muro invisible: https://guau.eus/s/el-muro-invisible	Alto grado de eficacia cualitativa: temas sociales que inciden en la cohesión y concienciación social y repositorio de datos frente a relatos desintegradores. Además, ambos en colaboración con entidades públicas.		Sí			
Euskal Irrati Telebista - Radio televisión Pública vasca (EITB)	EITB BARRUTIK – EITB DESDE DENTRO	2024	2, 3, otro: "Conocer cómo funcionan los medios de comunicación desde dentro para comprender mejor cómo se elabora y se ofrece la información".	1, 2, 3, 4,	País Vasco	Castellano Euskera	Serie de 9 reportajes en euskera y castellano sobre el funcionamiento interno de EITB, publicados en web, intranet y redes (Reels y TikTok). Muestran áreas periodísticas, técnicas y de soporte para acercar los medios públicos a la ciudadanía y al propio personal del grupo.				Reportajes en Egun ON Euskadi, Biba Zuek, informativos fin de semana Euskal Telebista, Faktoria Albistegia, Faktoria Maganiza, BaiPasa, servicio de vestuario de Euskal Telebista, Eguraldia y Unidades Móviles.	Alto grado de eficacia dentro de la organización. Publicación en los medios digitales del grupo y en sus perfiles de redes sociales		Sí			
Euskal Irrati Telebista - Radio televisión Pública vasca (EITB)	EKIN: EITB por la Transformación Social"	2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6, otro: "Fortalecer la cultura democrática"	1, 2, 3, 4,	País Vasco	Castellano Euskera	EITB, como agente de transformación social en su Estrategia 2030, impulsa #ekin_transformazioa: piezas audiovisuales breves sobre clima, diversidad, salud, tecnología y más, para fomentar pensamiento crítico, combatir desinformación y promover una sociedad plural y cohesionada.		Contenidos audiovisuales de EITB producidos en colaboración con Irusoin y DOT.		DEMOCRACIA VS. FAKE NEWS (emitido en enero, abril y mayo), ANTE LOS MITOS, DATOS: CAMBIO CLIMÁTICO (emitido en febrero), ANTE LOS MITOS, DATOS: FEMINISMO (emitido en marzo), POLARIZACIÓN (emitido en abril), JÓVENES Y DEMOCRACIA (emitido en junio), DEMOCRACIA: VALOR DE LO PÚBLICO (emitido en septiembre)	Alto grado de eficacia: promoción y emisión en horario de máxima audiencia en radio y televisión, con campañas de pago en soportes ajenos. Sólo en YouTube estas piezas enlazadas han tenido 536.000 reproducciones (Se puede comprobar lo que cada una ha tenido, al visualizar el video)		Sí			
Euskal Irrati Telebista - Radio televisión Pública vasca (EITB)	"El otro lado de la mesa"	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6, otro: "Fortalecer la cultura democrática con la confrontación de ideas".	1, 2, 3, 4,	País Vasco	Castellano	ETB2 estrenó el 8/09/2025 "El Otro Lado de la Mesa", experimento sociológico en prime time. Cinco capítulos donde desconocidos con posturas opuestas debaten temas polémicos durante una cena, guiados por preguntas directas y análisis psicológico. Cada episodio incluye tres cenas.				Marihuana, transexualidad en el Deporte y apariencias Feminismo, caza y esoterismo Vacunas, generación de cristal y los límites del humor Homosexualidad e iglesia, gestación subrogada y edadismo Eutanasia, cirugía estética y tauromaquia	Alto grado de eficacia: promoción y emisión en horario de máxima audiencia		Sí			

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Euskal Irrati Telebista - Radio televisión Pública vasca (EITB)	Jornada sobre alfabetización mediática y desinformación	2024	1, 2, 3, 4, 5, 6, otro: "Entender, explorar y pensar iniciativas de alfabetización mediática".	1, 2, 3, 4,	País Vasco	Castellano Euskeria	FORTA e IBERIFIER organizaron el 11/09/2025 en Madrid una jornada sobre alfabetización mediática y desinformación, impulsada por EITB junto a la Universidad de Navarra. Incluyó conferencias, mesa redonda y taller para dotar a la ciudadanía de herramientas críticas ante la información.		Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA), Observatorio Ibérico de Medios Digitales (IBERIFIER), Universidad de Navarra (Pamplona/Madrid) y South 180 (Ginebra)		Iniciativas EITB contra la desinformación: podcast sobre verificación, materiales para jóvenes, programas interactivos y herramientas como BULOXURGA, PREGÚNTATE y PARECIDO NO ES LO MISMO. Incluye informativos adaptados, sello ¡VERIFICADO! y juegos para aprender a detectar bulos.	Alto grado de eficacia dentro de la organización. Alcanzados los perfiles claves para concienciación de la importancia de la alfabetización mediática.	Sí
Euskal Irrati Telebista - Radio televisión Pública vasca (EITB)	Tips para TICs en formato Podcast"	2024, hasta 10/2025	2, 3, 5, otro: "Riesgos y oportunidades en el uso de medios digitales"	2, 4,	País Vasco	Castellano Euskeria	"Cookie eta Kafea" (2024), podcast en euskera con 30 episodios sobre tecnología y gadgets. "Preven TIC" (2025), ficción sonora en euskera y castellano que aborda riesgos de redes sociales mediante casos reales, ofreciendo consejos y herramientas para prevenir malos usos.		Programa de debate de ETB producido en colaboración con Baleuko		Cookie eta Kafea (eus): https://guau.eus/s/cookie-eta-kafea PrebenTIK (eus): https://guau.eus/s/prebentik PreventIC (es): https://guau.eus/s/preventic	Alto grado de eficacia cualitativa: repositorio de tips y ficción sonora en euskera de recursos de uso en el ámbito familiar y escolar.	Sí
Asociación Cultural Ondas Para Activación de Información Independiente - Radio Filispim	Alfabetización mediática destinada a personas integrantes de la referida asociación del tercer sector de la comunicación y aquellas otras personas relacionadas con la Universidad de A Coruña objeto de convenio con nuestra entidad.	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 6,	1, 2, 3, 4	Galicia	Gallego	Alfabetización mediática destinada a personas integrantes del colectivo que en transcurso del cursos radiofónico presentan propuestas de programas, con objeto de ser emitidos a través de la emisora comunitaria Radio Filispim de Ferrol. Reflexión y debate con la comunidad universitaria de Ferrol	No	Universidade de A Coruña. Asociación Teima-Down Ferrol. Asociación Cultural Fucos Buxán. Asociación Cultural Muiño do Vento. Asociación de Veciñanza de Canido (Ferrol).		Las personas usuarias del medio de comunicación adquieren destrezas necesarias para discernir entre hechos y opiniones, reconocer noticias falsas y procesos de desinformación, así como crear contenidos radiofónicos de un modo seguro y responsable	El grado de eficacia es satisfactoria, en la medida en que las implementaciones de estos conocimientos mejoraron la calidad y fiabilidad de nuestros contenidos.	Sí
Radio Municipal de Corcubión (A Coruña, Galicia)	Programa Disque	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2,	1, 2,	Galicia	Gallego	Espacio semanal de análisis de actualidad informativa en el que se comparan las distintas fuentes para verificar y contrastar la información. se fomenta la lectura crítica de las noticias, se explica el proceso de verificación periodística y se refuerza la transparencia de la información emitida.			120 emisiones con análisis de fuentes contrastadas	Consolidación de un modelo de servicio público basado en la verificación, en la transparencia y en la cooperación intermunicipal. Contribución activa a la alfabetización mediática de la audiencia, convirtiéndose en un referente local de información rigurosa y próxima.	Sí	
Radio Municipal de Corcubión (A Coruña, Galicia)	Programa "ONDA ODS"	Desde 11/2022, 2023, 2024, hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 6,	1, 2, 3,	Galicia	Gallego	Producción de podcasts, píldoras informativas y vídeos para redes sociales que fomentan la alfabetización mediática vinculada a los objetivos de desarrollo sostenible, promoviendo la cooperación interterritorial y el intercambio de buenas prácticas		EMUGA, REMC, RTV CARDEDEU y EMA		Más de 40 podcasts y vídeos educativos	Consolidación de un modelo de servicio público basado en la verificación, en la transparencia y en la cooperación intermunicipal. Contribución activa a la alfabetización mediática de la audiencia, convirtiéndose en un referente local de información rigurosa y próxima.	Sí
Radio Televisión del Principado de Asturias (RTPA)	Participación a través de la Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA) en el Decálogo contra las fake news — "Si dudas, no compartas"	Desde 11/2022	1, 2, 4, 5, 6	1, 2, 3, 4	P. de Asturias	Castellano	Acciones de sensibilización y divulgación a través de los medios públicos autonómicos integrados en FORTA, entre otros RADIO TELEVISIÓN DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS, incluyendo la difusión del decálogo en programas informativos, campañas educativas y plataformas digitales sobre desinformación.	No			La difusión del Decálogo de FORTA ha contribuido a mejorar la alfabetización mediática en distintos grupos de edad. El decálogo ha sido utilizado en campañas, talleres y contenidos audiovisuales, ampliando su alcance educativo, convirtiéndolo en una herramienta replicable en otros contextos.	El Decálogo contra las fake news promovido por FORTA en interés de sus organismos asociados como RADIOTELEVISIÓN DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS, ha demostrado ser eficaz como herramienta de sensibilización y alfabetización mediática.	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	Cuantía AP (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	DISPONIBLE PARA REPLICAR
Radio Televisión del Principado de Asturias (RTPA)	Grupo de Trabajo para el Impulso de la Alfabetización Mediática en España, dentro del Foro contra las campañas de desinformación del Departamento de Seguridad Nacional (DSN).	2024, hasta 10/2025	2, 4, 6, otro: "Promover la coordinación interinstitucional"	1, 2, 3, 4	P. de Asturias	Castellano	Sesiones de trabajo colaborativas orientadas al intercambio de conocimientos y experiencias; elaboración de conclusiones fundamentadas en el análisis de los resultados obtenidos; definición y validación de indicadores clave de rendimiento (KPI) para la evaluación de la eficacia de las acciones.	No	Comisión de los Mercados y la Competencia (CNMC); Federación de organismos o entidades de radio y televisión autonómicos (FORTA); RTVE, plataformas digitales, universidades y ONGs.		Documento de conclusiones preliminares que recoge un análisis detallado de estado actual de la alfabetización mediática en España, incluyendo propuestas de mejoras orientadas a fortalecer las competencias digitales y el pensamiento crítico de la ciudadanía. Incorpora indicadores clave de rendimiento	Actualmente en fase de evaluación. Se han establecido y definido indicadores de rendimiento (KPI) destinados a medir, de manera objetiva y sistemática, el impacto y la eficacia de las acciones futuras, garantizando así un seguimiento continuo y una mejora constante de los resultados alcanzados.	Sí
Radio Televisión del Principado de Asturias (RTPA)	Jornada FORTA & IBERIFER sobre alfabetización mediática.	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6, otro: "Reflexionar sobre el papel de los medios de comunicación públicos en la promoción de la alfabetización mediática, con especial atención al ámbito audiovisual".	1, 2, 3,	P. de Asturias	Castellano	Durante la jornada se desarrolló un programa variado que combinó distintos formatos de aprendizaje y debate. Se incluyeron conferencias magistrales a cargo de expertos en alfabetización mediática, showcases centrados en la presentación de iniciativas y experiencias internacionales.		La Jornada fue organizada por FORTA, a la que pertenece RTPA y el Observatorio Ibérico de Medios Digitales (IBERIFER). El observatorio, financiado por la UE, está vinculado al Observatorio Europeo de Medios Digitales y coordinado por la Universidad de Navarra. Analiza medios digitales ibéricos.		El encuentro permitió reforzar el compromiso común de los medios públicos autonómicos y del ámbito académico con la promoción de la alfabetización mediática y la lucha contra la desinformación, subrayando la función esencial del servicio público audiovisual.	Se promovió la creación de una red de colaboración interinstitucional, FORTA, universidades y el Observatorio IBERIFER, fortaleciendo la coordinación entre el ámbito académico y mediático, consolidando un paso importante hacia la institucionalización de la alfabetización mediática.	Sí
CBM SERVICIOS AUDIOVISUALES, S.L.U.	Recomendaciones para evitar el fraude y las estafas digitales	Hasta 10/2025	1, 2, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	R. de Murcia	Castellano	Elaboración de piezas informativas con recomendaciones para identificar y evitar distintas estafas digitales.	No	CNP (Cuerpo Nacional de Policía)		Audiencia media en torno al 10% de share.	Las propias de la audiencia	Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

7.3. Medidas de plataformas de intercambio de vídeos.

En cuanto a las plataformas de intercambio de vídeos con sede en España solo se ha recibido respuesta de 3 de los 6 agentes registrados en nuestro país. Cabe señalar en este apartado que se tratan de plataformas que su principal servicio son contenidos para adultos. Entre todos reportaron **5 medidas o iniciativas de alfabetización mediática**.

En cuanto a las plataformas de intercambio de vídeos que ofrecen servicios en España, pero cuya sede está en otro país de la Unión Europea y por lo tanto, no están obligadas a reportar esta información en nuestro país no se ha recibido información por parte de ninguna de ellas. En este caso, se invitó a participar a Google (YouTube), Meta (Instagram), TikTok y Twitch (Amazon).

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	ENLACES	DISPONIBLE PARA REPLICAR	
Investigación y Desarrollo de Ideas y Proyectos, S.L.	Ninguna	2024, hasta 10/2025	Otro: Informar	1, 3	Estatal	Castellano		No		Ninguno	Ninguna		No	
Centrowebs SC	Implantación de sistema de verificación de edad y advertencias de contenidos en la web esposasymaridos.com	Desde 11/2022, Hasta 10/2025	5	1	Estatal	Castellano	Implementación de un sistema automático de verificación de edad para limitar el acceso de menores a contenidos de naturaleza adulta, acompañado de mensajes informativos sobre consumo responsable y política de privacidad.	No		Reducción de accesos no deseados de menores y mayor concienciación entre los usuarios sobre la importancia del uso responsable de los contenidos. Mejora de la transparencia y cumplimiento normativo.	La implantación del sistema de verificación de edad y los avisos de advertencia han contribuido a reducir totalmente el acceso de menores a los contenidos de la web. Además, los mensajes informativos sobre consumo responsable han favorecido una mayor concienciación entre los usuarios adultos.	Enlace 1 Enlace 2 Enlace 3	Sí	
Techpump Solutions, S.L.	Iniciativa "Padres Protegen"	No indica	"Otro: ""-Fomentar la alfabetización mediática y digital entre usuarios de todas las edades. -Promover la transparencia tecnológica en el uso de IA en contenidos audiovisuales. -Reforzar la protección de menores en el entorno online. -Contribuir a la responsabilidad social corporativa de Techpump en el ámbito audiovisual y digital."""	No indica	Estatal	No indica	Portal educativo dirigido a familias y educadores, con contenidos de sensibilización sobre el uso responsable de internet y la protección de menores frente a riesgos digitales. Incluye recursos didácticos y campañas de concienciación audiovisual. En línea con los objetivos del art. 10.1 LGCA y las directrices de la Comisión Europea (C/2023/1105) sobre educación mediática.			No indica	No indica		No indica	
Techpump Solutions, S.L.	Plataforma PumpVerify	No indica	"Otro: ""-Fomentar la alfabetización mediática y digital entre usuarios de todas las edades. -Promover la transparencia tecnológica en el uso de IA en contenidos audiovisuales. -Reforzar la protección de menores en el entorno online. -Contribuir a la responsabilidad social corporativa de Techpump en el ámbito audiovisual y digital."""	No indica	Estatal	No indica	Sistema de verificación de edad y autenticación responsable de usuarios en plataformas con contenidos para adultos. Promueve la alfabetización digital mediante la verificación activa de identidad, el fomento de la privacidad y el control parental. Reconocido como herramienta de protección de menores y empoderamiento del usuario en el acceso a contenidos audiovisuales.			No indica	No indica		No indica	
Techpump Solutions, S.L.	Tokyvideo.com (Alfabetización mediática audiovisual)	No indica	"Otro: ""-Fomentar la alfabetización mediática y digital entre usuarios de todas las edades. -Promover la transparencia tecnológica en el uso de IA en contenidos audiovisuales. -Reforzar la protección de menores en el entorno online. -Contribuir a la responsabilidad social corporativa de Techpump en el ámbito audiovisual y digital."""	No indica	Estatal	No indica	"Durante el periodo de referencia, Tokyvideo ha desarrollado diversas mejoras técnicas y normativas orientadas a la transparencia, educación mediática y protección del público: a) Aviso legal actualizado. -Incorporación de un apartado específico denominado "Aviso sobre el uso de Inteligencia Artificial y etiquetado de contenidos", conforme al Reglamento (UE) 2024/1689 (AI Act). -Se informa a los usuarios sobre la posible generación o modificación de contenidos mediante IA, promoviendo un uso crítico y transparente de estos recursos. b) Sistema de etiquetado de contenidos con IA - Implementación de distintivos visuales y textuales ("Contenido generado o modificado con inteligencia artificial (IA)"). -Basado en estándares de redes internacionales (Meta /Instagram). - Incluye mecanismos de revisión humana y automática para identificar deepfakes o alteraciones digitales relevantes. c) Política de trazabilidad y supervisión de contenidos. d) Creación de categoría educativa "Tokyvideo Kids" (en desarrollo)"			No indica	No indica			No indica

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

7.4. Medidas de plataformas de vídeo bajo demanda (no España)

La CNMC decidió lanzar una solicitud de información a las principales plataformas de vídeo bajo demanda que, aunque no están establecidas en España, ofrecen sus servicios en nuestro país. Las peticiones enviadas a Netflix, Prime Video, HBO, Skyshowtime y Disney + se informaba que eran una invitación a reportar las medidas de alfabetización mediática desarrolladas en España en el periodo 2023-2025.

De acuerdo con el principio de país de origen, recogido en la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual ([2010/13](#)), la supervisión de agentes establecidos en otros Estados Miembros no corresponde a la CNMC.

En este sentido, solo se ha recibido la respuesta de Netflix y HBO indicando que no han desarrollado ninguna medida concreta en España.

7.5. Medidas de Usuarios de Especial Relevancia (UER).

Del Registro Estatal de Prestadores de Comunicación Audiovisual dedicado a los Usuarios de Especial Relevancia que ostenta el Ministerio de Transformación Digital y Función Pública han respondido a la solicitud de información enviada por la CNMC **27 agentes de los 105 inscritos**.

De todos ellos, 19 han remitido 30 medidas alfabetización mediática a la CNMC, y 8 han contestado que no han desarrollado medidas o iniciativas, o no han especificado de manera clara el desarrollo de alguna campaña concreta en este sentido.

Lo más destacado es que por primera vez se considera la participación de los Usuarios de Especial Relevancia en el informe de alfabetización mediática realizado por la CNMC. En este sentido, se considera el papel que este tipo de agentes desempeñan en el panorama audiovisual y su influencia en el desarrollo e implementación de la alfabetización mediática.

NOMBRE ⁸	NOMBRE DE LA MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO AL QUE SE DIRIGE	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	ENLACES WEB	ENLACES WEB 2	DISPONIBLE REPLICAR	
CARLIYOELNE RVIO	Medidas de alfabetización mediática (general)	2024, Hasta 10/2025	3, 6,	1, 2, 4,	Estatal	Castellano	Formación online, verificación de fuentes, la creación de contenidos claros y responsables en la comunicación				He logrado reforzar la confianza y fidelización de la audiencia.	La medida ha sido eficaz al mejorar la confianza del público, reducir riesgos de reclamaciones y consolidar una reputación sólida, logrando mayor fidelización, interacción positiva y oportunidades de colaboración con marcas e instituciones.			
MINIBUYER	Principios generales aplicados a todas las publicaciones	Desde 11/2022	5	1, 2, 4,	Estatal	Castellano	La actividad del creador se ajusta a los principios del art. 10 LGCA, promoviendo un uso responsable y transparente de los contenidos audiovisuales, especialmente en la identificación clara de colaboraciones comerciales y mensajes publicitarios.	No			Se mantiene una comunicación responsable con la audiencia, reforzando la transparencia en la publicidad y el cumplimiento de buenas prácticas en redes sociales, contribuyendo a la sensibilización sobre el consumo crítico de contenidos digitales.	La coherencia en la comunicación y la claridad en el etiquetado de contenidos patrocinados consolidan la confianza del público, mejoran la comprensión del carácter comercial de ciertos mensajes y fomentan hábitos mediáticos responsables.			
XBUYER	Principios generales aplicados a todas las publicaciones	Desde 11/2022	3	1, 2,		Castellano	La actividad del creador se ajusta a los principios del art. 10 LGCA, promoviendo un uso responsable y transparente de los contenidos audiovisuales, especialmente en la identificación clara de colaboraciones comerciales y mensajes publicitarios	No			Se mantiene una comunicación responsable con la audiencia, reforzando la transparencia en la publicidad y el cumplimiento de buenas prácticas en redes sociales, contribuyendo a la sensibilización sobre el consumo crítico de contenidos digitales.	La coherencia en la comunicación y la claridad en el etiquetado de contenidos patrocinados consolidan la confianza del público, mejoran la comprensión del carácter comercial de ciertos mensajes y fomentan hábitos mediáticos responsables.			
LYNA	Identificar contenido publicitario	Desde 11/2022	1,2,3,4,5,6	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano				La audiencia identifica correctamente los contenidos publicitarios	Eficiente, ya que la audiencia identifica los contenidos publicitarios			No	
LYNA	Respetuoso con la dignidad humana y los valores constitucionales - igualitaria y no discriminatoria de mujeres y hombres y no favorecer, directa o indirectamente, situaciones de discriminación por razón de sexo; avisos publicitarios	Hasta 10/2025	3	2, 4,		Castellano		No		Aún no se han enumerado los resultados obtenidos	Siempre que se hacen publicidades, se indica "publi" en la historia por lo que la eficacia entendida que es adecuada.			No	
ZAZZA EL ITALIANO	Alfabetización mediática "ZAZZA EL ITALIANO"	Desde 11/2022	3	1, 2, 3,	Estatal	Castellano				Mi objetivo como creador bajo el nombre Zazza el Italiano es mostrar la realidad de distintos barrios y contextos urbanos en el mundo, sin sensacionalismo ni prejuicios, fomentando en mi audiencia	Alfabetización digital: Transmito a la audiencia la importancia de entender cómo los algoritmos, los medios y las plataformas digitales influyen en la percepción de la realidad, fomentando una actitud crítica y	Enlace		No	

⁸ En la columna "NOMBRE" se utiliza el nombre comercial que los UER han utilizado en su inscripción en el Registro Estatal de Prestadores de Comunicación Audiovisual del Ministerio de Transformación Digital y Función Pública.

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ⁸	NOMBRE DE LA MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO AL QUE SE DIRIGE	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	ENLACES WEB		ENLACES WEB 2	DISPONIBLE REPLICAR
										una comprensión crítica, responsable y respetuosa.	consciente en el consumo de contenidos audiovisuales.				
IBAI LLANOS	Profesionalización de moderadores en Twitch	Desde 11/2022, 2023, 2024, Hasta 10/2025	1,2,3,4,5	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Programa continuo de moderación profesional que combina formación interna y externa sobre la implementación de medidas de moderación profesional, normas y reporting, uso de herramientas oficiales y aplicación de normas públicas de comunidad en los directos y espacios asociados (Twitch/Discord).	No	no aplica	Gestión eficaz de chats con picos masivos de audiencia, sin necesidad de cierres generalizados, combinando el sistema AutoMod y el equipo humano de moderación, que permite mantener la conversación dentro de las normas durante eventos de gran alcance. Reducción de comentarios fomentando el odio.	Reduce la visibilidad y la normalización de conductas nocivas en directo, fomenta el uso responsable de las herramientas de seguridad por parte de la audiencia y mejora la comprensión de las normas y del funcionamiento de las fuentes de información en los entornos sociales digitales.	Moderación profesional en directos y espacios de comunidad, con normas publicadas y mecanismos de reporting. Actividades desarrolladas a través de entrevistas en medios de alcance nacional e internacional y de la difusión de piezas en directo en distintas plataformas y redes sociales (Twitch, YouTube, Instagram). Desde 2022, Ibai implementa un sistema de moderación profesional (moderadores contratados y coordinados) apoyado en herramientas oficiales de Twitch (AutoMod y Mod View) para filtrar y gestionar conductas de riesgo en tiempo real. La medida se complementa con normas de convivencia explícitas, mecanismos de denuncia y buenas prácticas en Discord (verificación mínima, reglas, roles y permisos, 2FA y filtros), adaptadas al tamaño de la comunidad. En los directos de gran audiencia se coordina con las plataformas para asegurar operación y seguridad reforzadas.	Enlace 1 Enlace 2	No	
IBAI LLANOS	Acciones públicas de concienciación sobre el ecosistema digital, la viralidad y la desinformación en redes sociales.	Desde 11/2022, 2023, 2024, Hasta 10/2025	1,2,3,4,5,6	1, 2, 3, 4,		Castellano	Acciones divulgativas en medios y plataformas digitales de gran alcance orientadas a fomentar la reflexión crítica sobre el funcionamiento de las redes sociales, los incentivos a la viralidad y los efectos de la desinformación y el discurso de odio en el entorno digital.	No	No aplica	Amplia difusión mediática y digital: las declaraciones fueron recogidas por medios nacionales e internacionales generando debate social sobre el papel de plataformas en la amplificación del odio y desinformación, contribuyendo a visibilizar incentivos negativos del algoritmo	La medida es eficaz porque combina transparencia, ejemplaridad y educación emocional en la alfabetización mediática, ayudando a reducir la desinformación, el acoso y el consumo irreflexivo de contenido viral. Eficacia pedagógica: al explicar abiertamente cómo operan las redes. Concienciación social.	Acciones públicas de concienciación sobre el ecosistema digital, la viralidad y la desinformación en redes sociales, mediante directos y entrevistas. Sus intervenciones fomentan la capacidad de discernimiento y análisis crítico, ayudan a identificar dinámicas de desinformación y enseñan a ejercer un consumo y una creación de contenidos responsables, en línea con los objetivos de la alfabetización mediática.	Enlace 1 Enlace 2 Enlace 3	No	
IBAI LLANOS	Acciones públicas de sensibilización contra el acoso/ciberacoso y educación para el uso responsable de medios y RRSS	Desde 11/2022, 2023, 2024, Hasta 10/2025	1,2,3,4,5,6	1, 2, 3, 4,		Castellano	Acciones divulgativas y de sensibilización en abierto mediante directos, entrevistas y campañas orientadas a identificar, prevenir y denunciar el acoso/ciberacoso, y educar a la audiencia —mayoritariamente joven— en el uso responsable de medios y RRSS.	No	Colaboración con H&S para la campaña #ActúaConCabeza	Mayor alcance de mensajes de alfabetización mediática vinculados al anti-bullying. La intervención sobre Izan generó cobertura multiplataforma, trasladando a audiencias juveniles pautas de identificación y denuncia del acoso. Normalización de conductas de respeto y autocuidado digital.	Eficacia alta. La iniciativa logró posicionar la reflexión sobre medios y redes sociales en la agenda pública. El volumen de reproducciones y la cobertura mediática confirmaron que el contenido alcanzó una audiencia masiva, y generó espacios de diálogo sobre la influencia de los entornos digitales.	Acciones públicas de sensibilización contra el acoso/ciberacoso y educación para el uso responsable de medios y RRSS. Entre 2022 y 2025, Ibai integra en sus canales intervenciones específicas contra el acoso y mensajes públicos sobre el papel del entorno escolar y de los adultos de referencia. En paralelo, participa en la campaña #ActúaConCabeza de H&S (https://www.youtube.com/watch?v=...), con contenidos en redes, charlas para centros y materiales didácticos contratados por el entorno escolar.			
IBAI LLANOS	Acciones editoriales públicas de alfabetización mediática (acceso y comprensión de los medios, creación ética y segura de contenidos) desarrolladas a través de entrevistas y directos en	Hasta 10/2025, 2024, Desde 11/2022, 2023	1,2,3,4,5,6	1, 2, 3, 4,		Castellano	Comunicación pública continuada (entrevistas en abierto) orientada a explicar ecosistema mediático, promover consumo crítico de información y detección de intereses editoriales, fijar criterios de colaboración responsable con	No	No aplica	Aumento de la exposición de la audiencia a mensajes de alfabetización mediática, con entrevistas y videos en directo explicando la diferencia entre información, opinión y promoción. Normalización del discurso sobre ética de marca y transparencia en las colaboraciones. Fomento de formato entrevista.	La medida es efectiva porque mejora la comprensión del ecosistema informativo, incrementa la capacidad de identificar clickbait e intereses editoriales, y promueve prácticas de creación responsable. Dar a la audiencia criterios prácticos para valorar fiabilidad, intención y sesgo de la información.	Acciones editoriales públicas de alfabetización mediática (acceso y comprensión de los medios, creación ética y segura de contenidos) desarrolladas a través de entrevistas en medios de alcance nacional e internacional y de la difusión de piezas en directo en distintas plataformas y redes sociales (Twitch, YouTube, Instagram). En ellas, ibai explica con un lenguaje accesible: (i) cómo pueden convivir los medios tradicionales y los nuevos; (ii) cómo identificar el clickbait y analizar los intereses que pueden	Enlace 1 Enlace 2 Enlace 3 Enlace 4	No	

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ⁸	NOMBRE DE LA MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO AL QUE SE DIRIGE	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	ENLACES WEB	ENLACES WEB 2	DISPONIBLE REPLICAR
	distintas plataformas digitales.						marcas. Acciones divulgativas con impacto masivo y finalidad educativa.					existir detrás de una fuente; y (iii) qué criterios éticos aplican en sus colaboraciones con marcas, priorizando aquellas que aporten valor de contenido y coherencia con su comunidad.		
GOICOECHEA	Participación en el podcast Ac2ality, transmitiendo la importancia de mostrar la realidad detrás de los contenidos, ser leal y transparente con la audiencia, y promocionar únicamente productos probados personalmente, fomentando un consumo responsable y crítico.	2024, Hasta 10/2025	2; Promover el pensamiento crítico sobre los contenidos promocionales y publicitarios. - Fomentar responsabilidad en la creación de contenido audiovisual. - Educar sobre la autenticidad y la transparencia en redes sociales.	1, 2,		Castellano	Participación en un podcast donde reflexionó sobre el impacto de las redes sociales y la necesidad de promover solo productos probados, priorizando la honestidad y transparencia frente al beneficio económico.	No		Permitió que aproximadamente 32.000 personas accedieran al contenido (visualizaciones de YouTube), y que reflexionaran sobre la importancia de diferenciar lo que se muestra en redes de la realidad y de mantener la honestidad y transparencia hacia la audiencia.	Considerada eficaz en términos de comunicación de los mensajes clave sobre alfabetización mediática y responsabilidad en RRSS. Alcanzó el objetivo y cumplió con el objetivo de concienciar sobre la autenticidad en la promoción de productos y el pensamiento crítico.	Enlace		No
GOICOECHEA	Participación en el podcast La Futura, transmitiendo la importancia de ser consciente del uso de las redes sociales, la importancia de mantener un buen estilo de vida y saber poner límites dentro de las redes.	Hasta 10/2025, 2024	3	1, 2,	Estatal	Castellano	Participación en el podcast La Futura, reflexión sobre cómo las RRSS no siempre muestran la realidad y su capacidad de influir en percepción que las personas tienen de sí mismas y de sus datos. Necesidad de desconectar cuando sea necesario y de utilizarlas de manera consciente y equilibrada.	No		No se dispone de datos concretos sobre los resultados, pero su participación ha contribuido a difundir mensajes alineados con los objetivos de alfabetización mediática y comunicación responsable. La Futura es un espacio con enfoque feminist que da voz mujeres comprometidas con el cambio social.	Considerada eficaz en términos de transmitir el mensaje deseado: promover una relación más consciente y equilibrada con las redes sociales, basada en la autenticidad, la reflexión crítica y el bienestar personal. No se dispone de métricas detalladas sobre el impacto cualitativo en los oyentes.	Enlace		No
LAURA ESCANES	Medida 1	Desde 11/2022, 2023, 2024, 2025	3	2	Estatal	Castellano Catalán		No		El contenido audiovisual del cliente refleja un uso responsable y ético de las redes, fomentando la participación, la comprensión crítica y las competencias digitales de los usuarios que visualizan el contenido, en línea con las medidas de alfabetización mediática en España.	No comprobado.			No
CECI DOVER	Transparencia y formación crítica en el consumo de contenido vocal y musical	Desde 11/2022	1,2,3,4,5,6	1, 2, 3,	Estatal	Castellano		No		Incremento del compromiso de la audiencia Mayor credibilidad del canal Ampliación del alcance educativo Construcción de comunidad crítica y respetuosa	La medida implementada en el canal Ceci Dover Vocal Coach – YouTube ha demostrado ser altamente eficaz en la alfabetización mediática de la audiencia. Los resultados evidencian que la diferenciación entre análisis técnico y opinión no solo fue comprendida, sino también asimilada activamente			Sí
SAMANTHA	Concienciación para la integración	Hasta 10/2025	Crear conciencia dentro de mi comunidad de las personas con discapacidad	1,	Estado	Castellano	Apoyo a fundaciones sin ánimo de lucro tales como A la Par, Fundación PRODIS... y las múltiples provinciales utilizando voz y mis canales para dar una nueva línea de FP en un centro escolar para la inclusión laboral	No		Todos merecemos un futuro de oportunidades, y a través de las fundaciones y programas que trabajan con las personas con discapacidad, logramos que puedan desarrollarse profesionalmente, alcanzar sus metas y demostrar su talento. El futuro laboral inclusivo es posible y debemos poder hacerlo realidad.	Me emociona recibir mensajes de familias que, gracias a mis redes, conocieron fundaciones que hoy brindan oportunidades laborales a sus seres queridos con discapacidad. Saber que mi contenido cambia vidas me motiva a seguir compartiendo.	Enlace	Enlace	No

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ⁸	NOMBRE DE LA MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO AL QUE SE DIRIGE	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	ENLACES WEB	ENLACES WEB 2	DISPONIBLE REPLICAR	
							en el mundo de la hostelería de jóvenes con discapacidad.								
SAMANTHA	Publicidad en redes	Hasta 10/2025	1, 5,	1	Estatal	Castellano	Marcar siempre la publicación con los hashtag #ad, #advertisement, #publi o #publicidad que sean fruto de un intercambio económico con alguna marca.	No		Aunque siempre recomiendo marcas afines a mis valores, sea o no publicidad, mi intención es que mi comunidad tenga la capacidad de saber diferenciar cuando el contenido es pagado, o no.	Creo que mi comunidad, a día de hoy sabe que aunque la colaboración sea pagada, estoy recomendando algo en lo que creo, que uso en mi casa o en mi negocio por lo que no perciben la publicidad como intrusiva. Y distinguen así y saben que he recibido un pago por hacer ese contenido.	Enlace 1 Enlace 2			Sí
DELICIOUS MARTHA	Creación contenido responsable de	Desde 11/2022	2,3,6	1	Estatal	Castellano		No		Todavía no puedo valorar plenamente los resultados llevados a cabo.	Todavía no se ha podido evaluar.			No	
NATALIA PALACIOS	MEDIDAS DE ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA (GENERAL)	Desde 11/2022	1,3	1, 2, 4,	Estatal	Castellano	He llevado a cabo la verificación de fuentes, la creación de contenidos claros y responsables, el respeto a la privacidad y derechos de terceros, así como la aplicación de buenas prácticas audiovisuales que garantizan seguridad, transparencia y confianza en la comunicación.			He logrado reforzar la confianza y fidelización de la audiencia, aumentar la interacción positiva y consolidar mi reputación digital, reduciendo riesgos y generando oportunidades de colaboración con marcas e instituciones.	La medida ha sido eficaz al mejorar la confianza del público, reducir riesgos de reclamaciones y consolidar una reputación digital sólida, logrando mayor fidelización, interacción positiva y oportunidades de colaboración con marcas e instituciones.			Sí	
NURIAS CASAS CASADO	Maternidad, exposición y gestión de críticas	Hasta 10/2025	1	1, 2,	Estatal	Castellano				Divulgación sobre la maternidad, el mundo de los influencers y cómo equilibrar la vida personal y profesional, la exposición de menores en redes sociales.	No se ha comprobado			No	
BONBONREICH	Capacitación básica	Hasta 10/2025	3	1	Estatal	Castellano	Curso	No		Algo más de conocimiento sobre publicidad en redes	No se ha comprobado su eficacia			No	
@PELDANYOS	Orientación de la línea editorial y de la misión y valores hacia una alfabetización mediática e informacional en ámbito digital	2023	Apojar a niños, jóvenes, educadores y familias a analizar la información recibida y fomentar un pensamiento crítico. Se proporcionan estrategias, recursos y	1, 2, 4,	Estatal		Se organizaron jornadas contra la desinformación en la Universidad Complutense de Madrid con la participación de expertos de la UEC. Se colaboró en el libro blanco sobre la influencia de ICMEDIA y en su mesa redonda sobre influencia responsable en el ámbito digital. También se participó en el programa de influencia responsable de autocontrol. Además, el UER desarrolló un código de conducta de buenas prácticas, pendiente de			Se organizaron jornadas contra la desinformación en la Universidad Complutense de Madrid con la participación de expertos de la UEC. Se colaboró en el libro blanco sobre la influencia de ICMEDIA y en su mesa redonda sobre influencia responsable en el ámbito digital. También se participó en el programa de influencia responsable de autocontrol. Además, el UER desarrolló un código de conducta de buenas prácticas, pendiente de	UEC y Sergio Bolaños destacan la implicación de los UER en la alfabetización mediática, mostrando un enfoque pionero y comprometido. Sus medidas combinan participación social clásica con las innovadoras posibilidades del UER. Estas acciones generan un impacto directo en sus comunidades y en nuevos públicos. Se produce un fenómeno de educomunicación orgánico, fruto del compromiso del UER y sus asociaciones con la sociedad.	Enlace 1 Enlace 2 Enlace 3 Enlace 4			

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ⁸	NOMBRE DE LA MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO AL QUE SE DIRIGE	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	ENLACES WEB	ENLACES WEB 2	DISPONIBLE REPLICAR
			ejemplos, especialmente en el entretenimiento audiovisual y contenidos divulgativos o científicos. El UER promueve estos valores mediante una línea editorial responsable. Además, guía y orienta las acciones de la UEC en AMI. Así, impulsa la alfabetización mediática entre niños y jóvenes de forma activa y estratégica.				mesa redonda. También se colaboró en el programa de influencia responsable y se desarrolló un código de conducta del UER, pendiente de aprobación. Se creó un portal contra la desinformación con medidas preventivas. Además, se tramitaron acuerdos contra la desinformación y en defensa del menor en entornos digitales.			convalidación con la autoridad audiovisual.				
@PELDANYOS	Campaña en contra del uso irresponsable de los dispositivos móviles y las plataformas digitales	2025	No indica	1, 2, 3, 4,	Estatal		Se emplea un concepto novedoso basado en aprovechar temas de actualidad para difundir contenido útil y relevante. Utiliza un formato cotidiano, como una cata de comida no patrocinada, para atraer a públicos de todas las edades. Su objetivo es visibilizar los riesgos de la adicción a los dispositivos móviles mediante una presentación cercana y accesible. Busca concienciar sobre los efectos del uso descontrolado de la tecnología.			El vídeo presenta y cita las fuentes utilizadas, tanto en su descripción como dentro del contenido. Las reacciones del público, visibles en los comentarios, reflejan agradecimiento e interés por obtener más información sobre hábitos de consumo responsables. Con un alcance de más de 397.000 usuarios, el vídeo genera un impacto positivo al combinar un tema culinario con un mensaje educativo. Su objetivo central es fomentar la alfabetización mediática y concienciar sobre el uso y consumo abusivo de dispositivos digitales.	La medida sigue siendo eficaz, generando debate constructivo entre jóvenes y adultos sobre el problema tratado. El UER fomenta foros en redes como Instagram, TikTok y YouTube, donde los usuarios participan activamente basándose en el contenido del vídeo.	Enlace		

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ⁸	NOMBRE DE LA MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO AL QUE SE DIRIGE	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	ENLACES WEB	ENLACES WEB 2	DISPONIBLE REPLICAR	
@PELDANYOS	Campaña en contra de la desinformación generada en catástrofes naturales	2024	No indica	1, 2, 4,	Estatal		Tras el apagón informativo causado por la DANA, los creadores ofrecieron información veraz y actualizada, llegando a zonas inaccesibles para los medios tradicionales. El UER produjo tres videos para alertar sobre los peligros del odio y la desinformación digital. La campaña busca exponer los riesgos que enfrentan especialmente los menores en entornos digitales y denunciar la manipulación informativa ocurrida durante la catástrofe.			Los videos citan sus fuentes y muestran la reacción positiva del público, que valora la información veraz y contrastada. Promueven la reflexión sobre la polarización digital impulsada por intereses comerciales que afectan tanto a menores como a adultos. Con más de 290.000 visualizaciones, la campaña mantiene su impacto educativo, ofreciendo contenido que ayuda a comprender las causas de la polarización en redes sociales y en el entorno digital.	La medida continúa siendo efectiva, generando debates constructivos entre jóvenes y adultos sobre el problema abordado. El UER impulsa foros en Twitch, donde los usuarios participan activamente en conversaciones fundamentadas en el contenido del video.	Enlace 1 Enlace 2 Enlace 3			
@PELDANYOS	Campaña de promoción de hábitos y estilo de vida saludable entre la población joven	2024	No indica	1, 2, 4,	Estatal		La campaña busca promover hábitos de consumo responsables y mostrar el proceso de transformación personal y mental del creador. Aborda tanto la salud física como la mental, vinculándolas a un reto profesional y personal. Aprovecha la visibilidad del mayor evento digital nacional para fomentar un estilo de vida saludable y crítico. Además, integra la colaboración de expertos en ámbitos físico, psicológico y nutricional para ofrecer una perspectiva completa			El video cita sus fuentes y muestra la reacción positiva del público, que agradece la información veraz sobre hábitos saludables y preparación física para retos deportivos. Con más de 288.000 visualizaciones, la campaña mantiene su impacto, promoviendo contenido que fomenta el pensamiento crítico y la búsqueda de información contrastada sobre el cambio físico y el bienestar.	La medida sigue siendo eficaz, promoviendo debates respetuosos entre jóvenes y adultos sobre los temas tratados. El UER impulsa foros en Twitch donde los usuarios participan activamente, basándose en el contenido del video para sostener un diálogo informado y constructivo.	Enlace			
TAMARA GORRO	Stop bulling	Hasta 10/2025	STOP BULLING	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano		No	NO	24.000 Me gusta, 600 comentarios, 1.130 reenvíos del video	Concienciación de cara al comienzo del curso escolar	Enlace		Sí	
VALENTÍ SANJUAN	Sesiones internas de formación sobre LGCA, publicidad	Hasta 10/2025	1,2,3,5,6	1, 2,		Castellano	Formación anual del equipo y colaboradores en LGCA y	No		El 100 % del equipo formado y colaboradores más cercanos. Mejora del cumplimiento de la LGCA y del uso	La formación ha sido eficaz. Todos los colaboradores aplican correctamente las obligaciones de identificación publicidad y			Sí	

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ⁸	NOMBRE DE LA MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO AL QUE SE DIRIGE	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	ENLACES WEB	ENLACES WEB 2	DISPONIBLE REPLICAR
	encubierta y de protección de menores						AUTOCONTROL. Firmas individuales de asistencia y compromiso. Aplicación práctica mediante análisis de casos y revisión de contenidos publicitarios.			correcto de las herramientas de etiquetado de publicidad. Reducción a cero de incidencias o requerimientos por parte de la CNMC desde la implantación de la medida.	protección de menores en reels, stories y directos. La CNMC no ha requerido correcciones ni sanciones hasta la fecha.			
VALENTÍ SANJUAN	Elaboración y difusión del Manual Interno de Buenas Prácticas sobre Publicidad y Contenidos Audiovisuales	Hasta 10/2025	2,3,5	1, 2, 3,		Castellano	Implantación de formación interna en LGCA y AUTOCONTROL. Cada colaborador recibió el Manual de Buenas Prácticas y firmó el Checklist de Cumplimiento, acreditando la adopción de medidas para identificar publicidad y proteger a menores.	No		Se ha formado al 100 % del equipo en cumplimiento LGCA y AUTOCONTROL. Todos los colaboradores han firmado el Checklist de Cumplimiento y aplican la identificación visible de la publicidad en reels, stories y directos.	La medida ha resultado eficaz: el equipo aplica correctamente la identificación de contenidos publicitarios y las normas de protección de menores. No se han detectado incidencias ni requerimientos por parte de la CNMC desde su implantación.			Sí
VALENTÍ SANJUAN	MENOS CABEZA S.L. ha implantado un protocolo interno de revisión previa de contratos publicitarios y contenidos audiovisuales, con el fin de garantizar el cumplimiento de la Ley 13/2022 (LGCA) y del Código de Conducta de AUTOCONTROL. Antes de cada colaboración, el equipo jurídico revisa las cláusulas de identificación publicitaria y la correcta aplicación de rótulos, hashtags y etiquetas de "colaboración pagada"	Hasta 10/2025	1,2,3,4,5,6	1, 2,		Castellano	Se han reforzado los procedimientos internos para la revisión previa de contratos y contenidos audiovisuales. El objetivo ha sido mejorar la coherencia y uniformidad en la identificación de la publicidad y en la aplicación de las normas de comunicación comercial, en campañas publicitarias.	No		Se ha logrado una mayor sistematización en los procesos internos y un control más homogéneo en la aplicación de las pautas de transparencia y etiquetado. Las colaboraciones recientes muestran un cumplimiento más uniforme de las recomendaciones de la LGCA y del Código de Conducta de AUTOCONTROL.	La medida ha contribuido a consolidar prácticas más ordenadas y a mejorar la trazabilidad interna de los contenidos y contratos publicitarios. Se sigue realizando un seguimiento periódico para mantener la eficacia y adaptar los procedimientos a la evolución de la normativa y las recomendaciones.			Sí
VALENTÍ SANJUAN	identificación clara de la publicidad en contenidos audiovisuales	Hasta 10/2025	2,3,5	1, 2,		Castellano	Se han establecido pautas internas sobre la forma, ubicación y visibilidad de la palabra 'Publicidad' o equivalentes, así como	No		Se observa una mejora gradual en la uniformidad y claridad del etiquetado publicitario en los distintos formatos audiovisuales. El equipo creativo y los colaboradores han incorporado la práctica de incluir advertencias visibles	La medida ha permitido reforzar la transparencia en la comunicación comercial y reducir posibles riesgos de confusión en la audiencia. Se mantiene un seguimiento permanente para garantizar la coherencia con			Sí

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ⁸	NOMBRE DE LA MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO AL QUE SE DIRIGE	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUA	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	ENLACES WEB	ENLACES WEB 2	DISPONIBLE REPLICAR	
							el uso de las herramientas de etiquetado que ofrecen las plataformas digitales. De forma progresiva, activa y siguiendo recomendaciones CNMC y Organismo de autocontrol.			y rótulos identificativos en campañas y publicaciones patrocinadas.	los criterios de la LGCA y del Código de Conducta de Influencers.				
MODAJUSTCCO	Marcado de publicidad	de	Desde 11/2022	1,2,4,5	1	Estatal	Castellano	Esta medida se lleva a cabo en todas las redes sociales (Instagram, Tiktok y YouTube). - Etiquetado correctamente de todos los contenidos patrocinados por alguna marca con las palabras Publ/Publicidad. - Realización del curso de capacitación básica para influencers sobre normativa publicitaria.	No	Se ha buscado que los seguidores y espectadores del contenido puedan detectar en todo momento si se trata de una publicación patrocinada o no.	En todo momento queda claro del contenido publicitario lo que provoca una mayor credibilidad del perfil en redes sociales para sus seguidores.		Enlace 1 Enlace 2 Enlace 3 Enlace 4	Sí	

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

7.6. Medidas de influencers

La CNMC, además, ha recibido la respuesta otros 43 agentes que no están inscritos en el Registro Estatal de Servicios de Comunicación Audiovisual como Usuarios de Especial Relevancia que empleen servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma, de todos ellos 12 han manifestado no haber puesto en marcha medidas de alfabetización mediática en el periodo o no han especificado de manera clara las medidas puestas en marcha.

Entre los 31 influencers que sí han puesto en marcha medidas, en total han desarrollado 51 medidas e iniciativas relacionadas con la alfabetización mediática.

NOMBRE ⁹	NOMBRE DE LA MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO AL QUE SE DIRIGE	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUAS	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	ENLACE	ENLACES2	OTROS ENLACES	DISPONIBLE PARA REPLICAR
PAPIGAVI	Medida 1	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 6,		Estatal	Castellano	Uso de etiquetas de transparencia publicitaria: por ejemplo, el empleo de #publi o #ad, que ayuda a los seguidores a identificar cuándo un contenido tiene naturaleza comercial, fomentando así una mayor comprensión crítica del mensaje.			No reporta	No reporta			No reporta		
PAPIGAVI	Medida 2	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 6,		Estatal	Castellano	Clasificación por edades y advertencias en contenidos sensibles, con el fin de garantizar que la audiencia reciba información adecuada a su edad y pueda ejercer un consumo más seguro y responsable.			No reporta	No reporta			No reporta		
PAPIGAVI	Medida 3	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 6,		Estatal	Castellano	Promoción de la detección de bulos y desinformación, mediante la elaboración de vídeos y directos en los que se explican pautas para contrastar información, identificar fuentes fiables y distinguir hechos de opiniones.			No reporta	No reporta			No reporta		
PAPIGAVI	Medida 4	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 6,		Estatal	Castellano	Participación en campañas educativas e institucionales organizadas por organismos públicos y entidades sociales, dirigidas a sensibilizar sobre el uso seguro y responsable de los medios digitales.			No reporta	No reporta			No reporta		
PAPIGAVI	Medida 5	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 6,		Estatal	Castellano	Medidas de accesibilidad en los contenidos, como el uso de subtítulos, transcripciones y otros recursos destinados a personas con discapacidad auditiva o visual.			No reporta	No reporta			No reporta		
PAPIGAVI	Medida 6	2023, 2024, hasta 10/2025	1, 6,		Estatal	Castellano	Impulso de un discurso responsable y respetuoso en las interacciones digitales, promoviendo la prevención del discurso de odio y la creación de un entorno digital más seguro e inclusivo.			No reporta	No reporta			No reporta		
INFLUENCER-001	Cuando he hecho alguna campaña he avisado a los espectadores de que el producto me lo envió la marca	Hasta 10/2025, 2024	1	1, 2,	Estatal	Castellano					No se ha comprobado	No se ha comprobado				Sí
INFLUENCER-002	Medidas de alfabetización mediática***	Hasta 10/2025	2,3,5	1, 2, 3,		Castellano	Empresa de agencia de marketing de influencers	No			Contratos con influencers	Contratos conseguidos con 4 profesionales, en modo inicio	Enlace	Enlace		Si
INFLUENCER-003	Protocolo de Etiquetado Reforzado: Distinción Editorial vs. Comercial (Home Deco Edition)	Desde 11/2022, 2023, 2024, Hasta 10/2025	1, 2, 4, 5,	1, 2,	Estatal	Castellano	Alcance Interplataforma; Etiquetado Visual Reforzado (Overlay) y Adaptación: formatos cortos (reels, TikTok); formatos largos (Youtube); Etiquetado Auditivo (Mención Didáctica);	No	No aplica. (Medida de autorregulación interna para la consecución de		La medida busca generar una mayor conciencia en la audiencia sobre la intencionalidad comercial detrás de los proyectos de diseño. Reducción del porcentaje de mensajes que preguntan sobre el origen o la razón	Alta. La naturaleza visual y práctica del contenido de Home Deco requiere señales claras y repetitivas (visual, textual y auditiva) para evitar la asimilación inconsciente del mensaje	Enlace	Enlace	Enlace 1 Enlace 2 Enlace 3 Enlace 4 Enlace 5 Enlace 6	

⁹ Se utiliza la marca comercial de los influencers. En otros casos se ha asociado el nombre del influencer con un código.

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ⁹	NOMBRE DE LA MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO AL QUE SE DIRIGE	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUAS	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	ENLACE	ENLACES2	OTROS ENLACES	DISPONIBLE PARA REPLICAR
											Descripción; Capacitación Interna	Refuerzo en Descripción; Capacitación Interna	los principios de la LGCA).	del uso de un producto. Aumento en la retención de las etiquetas de publicidad.	publicitario.	
INFLUENCER-003	Protocolo de Seguridad y Advertencias de Contenido en DIY	Desde 11/2022, 2023, 2024, Hasta 10/2025	3	1	Estatal	Castellano	Advertencia de Riesgo en Pantalla; Mención Oral de EPIS; Descargo en la Descripción y Prohibición de Contenido Peligroso No Profesional.	No	No aplica. (Medida de autorregulación interna para la consecución de los principios de la LGCA).		La medida busca minimizar la posibilidad de accidentes en la audiencia al replicar los proyectos. Mantenimiento de la tasa de comentarios relacionados con seguridad en niveles bajos, y un aumento en las preguntas sobre el uso correcto de los EPIS mostrados. El contenido publicado refleja el uso.	Alta. La repetición de advertencias visuales y el modelado del uso de equipos de seguridad aumentan la concienciación sobre el riesgo en una audiencia que a menudo subestima los peligros de las herramientas domésticas.	Enlace	Enlace 1 Enlace 2 Enlace 3 Enlace 4		Sí
ALICIAREV	Medida de alfabetización mediática	Desde 11/2022, Hasta 10/2025	2,3	1, 2, 4,	Estatal	Castellano Catalán Inglés					He recibido una respuesta muy positiva siempre al mostrarme transparente en mis perfiles de redes sociales. Ya sea por marcar correctamente las campañas publicitarias y colaboraciones, por promover la transparencia en redes o por tratar temas que son importantes para mis valores como la salud mental	No tengo herramientas para comprobar de forma objetiva su eficacia...	Enlace 1 Enlace 2 Enlace 3 Enlace 4 Enlace 5	Enlace 1 Enlace 2		Sí
ATRENZADOS	Aviso de publicidad y disclaims en contenidos de educación financiera	Desde 11/2022, 2023, 2024, Hasta 10/2025	1,2,3,4,5,6	1, 2,	Estatal	Castellano	• Publicación de vídeos y posts en redes sociales donde se diferencia claramente entre contenido editorial y publicidad. • Inclusión de disclaims en publicaciones • Explicación recurrente de los riesgos de la inversión y advertencias frente a promesas de enriquecimiento rápido.	No	No		• Mayor concienciación de la comunidad sobre distinguir entre información educativa y publicidad. • Audiencia expuesta a buenas prácticas de transparencia.	Alta eficacia en la concienciación del público, medido por interacciones y feedback recibido en los canales de comunicación.	Enlace	Enlace		Sí
INFLUENCER-004	Sin medidas de alfabetización mediática realizadas.	Desde 11/2022, Hasta 10/2025		1, 2, 3, 4,	Andalucía	Castellano					No aplica, al no haberse realizado medidas de alfabetización mediática durante el periodo indicado.	No aplica, al no haberse realizado medidas de alfabetización mediática durante el periodo indicado.				No
INFLUENCER-005	Alfabetización musical y mediática a través de contenidos educativos en Guitarraviva	Hasta 10/2025	3	1, 2,	Estatal	Castellano		No			Se ha mantenido una actividad continuada de publicación de contenidos educativos sobre guitarra en plataformas digitales, contribuyendo a que los usuarios puedan aprender música de forma accesible y responsable.	No se ha comprobado eficacia				No
TOBBALINK	Identificación del contenido publicitario	Hasta 10/2025	1,2,3,4,5,6	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Cuando realizamos colaboraciones con marcas o terceros, identificamos siempre de forma clara el contenido publicitario, conforme a las exigencias de cada plataforma. Entre las fórmulas utilizadas, destacan: • “Colaboración de pago” • “Incluye contenido promocional” • “Publi”	No			Estas menciones se integran tanto en el propio vídeo o publicación como en la descripción, etiqueta o aviso visible, garantizando que el público pueda distinguir claramente los mensajes promocionales del resto del contenido.		Tobbalink			No

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ⁹	NOMBRE DE LA MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO AL QUE SE DIRIGE	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUAS	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	ENLACE	ENLACES2	OTROS ENLACES	DISPONIBLE PARA REPLICAR	
TOBBALINK	Medidas de protección de menores y usuarios	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Aplicamos las herramientas que las plataformas ponen a disposición de los creadores para garantizar un uso responsable y seguro de los contenidos: • Clasificación del público objetivo: en YouTube, los vídeos se marcan adecuadamente en el apartado "audiencia" para indicar si están dirigidos o no a menores. • Filtros automáticos y moderación: las secciones de comentarios se someten a revisión o moderación cuando es necesario para evitar lenguaje inapropiado. • Contenidos adecuados: evitamos el uso de lenguaje ofensivo, referencias sexuales, violencia o cualquier tipo de contenido inapropiado. • Horarios de publicación y tono: el contenido se publica en franjas de consumo general y mantiene un tono humorístico y respetuoso, apto para todo tipo de audiencias.										No
TOBBALINK	Fomento del uso responsable y educación mediática	Hasta 10/2025	1, 2, 3, 4, 5, 6,	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Aunque nuestra actividad se centra en el entretenimiento, somos conscientes de la responsabilidad que implica la difusión de contenido audiovisual. En este sentido: • Promovemos el consumo responsable de redes y humor sin ofensa ni discriminación. • Evitamos la difusión de noticias falsas, contenidos engañosos o mensajes susceptibles de confundir al público. • Cumplimos las normas de comunidad y directrices de cada plataforma en materia de integridad, respeto y transparencia.										No
FATIVAZQUEZ	Medidas de transparencia en colaboraciones comerciales	Desde 11/2022	3	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano	Identificación visible y diferenciada de los contenidos publicitarios	No			Cumplimiento efectivo de las obligaciones de identificación de contenido publicitarios según la normativa vigente	Alta				Sí	
INFLUENCER-006	Transición Energética e Innovación tecnológica	Desde 11/2022, 2023, 2024	1,3,6	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Publicaciones que explican los avances en energía fotovoltaica, el papel de la ciencia y la innovación en la descarbonización, y el futuro de la energía limpia en España.	No			Se alcanzaron muchas visualizaciones en vídeos sobre energía solar e innovación, generando debate en comentarios y compartidos.	El contenido generó alto interés y reforzó la percepción de la marca como referente en innovación sostenible.				Sí	
INFLUENCER-006	Uso responsable de electrodomésticos y equipamiento eficiente	Desde 11/2022, 2023, 2024	1,2,6	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Divulgación sobre la elección y uso responsable de electrodomésticos eficientes	No			Se alcanzaron muchas visualizaciones sobre la elección y uso responsable de electrodomésticos eficientes, por su utilidad práctica.	No se ha comprobado la eficacia de la medida				Sí	
INFLUENCER-006	Eficiencia energética y consumo responsable	Desde 11/2022, 2023, 2024	1,6	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Campañas de educación sobre hábitos de ahorro y consumo eficiente en climatización y uso doméstico	No			Participación con comentarios sobre experiencias personales de ahorro y consejos de eficiencia.	No se ha comprobado la eficacia de la medida				Sí	
INFLUENCER-006	Educación sobre el mercado energético	Desde 11/2022, 2023, 2024	1,2,6	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Contenidos explicativos sobre precios, factura eléctrica y funcionamiento del sistema energético nacional.	No			Aumento del conocimiento de cómo funciona el sistema energético nacional	No se ha comprobado la eficacia de la medida				Sí	

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ⁹		NOMBRE DE LA MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO AL QUE SE DIRIGE	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUAS	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA (€)	RESULTADOS OBTENIDOS		EFICACIA DE LA MEDIDA		ENLACE	ENLACES2	OTROS ENLACES	DISPONIBLE PARA REPLICAR
INFLUENCER-006	Sostenibilidad y conciencia ambiental	y	Desde 11/2022, 2023, 2024	1,6	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Campañas que promueven la protección del medioambiente y el uso de energías renovable	No			Se alcanzaron visualizaciones en vídeos sobre energía renovable y sostenibilidad	No se ha comprobado la eficacia de la medida					Sí	
IKER_RUIZDB	Elefutbol - TikTok		2023, Hasta 10/2025	2,3,4,6; Ofrecer una buena propuesta de valores	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano					No dispongo de una cifra agregada exacta del total de vídeos 2023-2025, pero puedo acreditar que:\n\nFrecuencia de publicación: aprox. 14 vídeos/mes de media. (replicados en cada plataforma)\n\nAlcance actual: aprox. 130 millones de visualizaciones mensuales en TikTok y unas 80 millones en Instagram.	Eficacia acreditada por comprensión y cambio de conducta: comentarios/DMs que reconocen el disclosure y piden fuentes; 100% de piezas publicitarias están marcadas con 'Colaboración pagada' + #publi/#ad; moderación automática de los comentarios en alto reduce desinformación y odio.	Enlace	Enlace	Enlace		Sí	
INFLUENCER-007	Incorporación sistemática de referencias y fuentes médicas verificadas en los artículos publicados en bebbloomers.com		Hasta 10/2025	1,2,4,5,6	1, 2, 3, 4,		Castellano	Bloom ha establecido un sistema editorial que exige la inclusión de fuentes académicas, estudios científicos y referencias médicas acreditadas en todos los artículos publicados en su portal bebbloomers.com. Los contenidos son revisados por profesionales sanitarios identificados por nº de colegiado.	No	no		La incorporación sistemática de fuentes y referencias acreditadas ha potenciado la credibilidad editorial y fomentado el desarrollo de una lectura crítica entre las usuarias, mejorando su capacidad para discernir información fiable en temas de salud.	Esta medida ha fortalecido la credibilidad y calidad informativa de Bloom al incluir fuentes médicas y académicas, aumentando la confianza y el pensamiento crítico de las lectoras, posicionando la marca como una referencia en información sanitaria rigurosa y contrastada.	Enlace				Sí	
INFLUENCER-007	Guías descargables con recursos prácticos		2023, 2024, Hasta 10/2025	2,5; Ofrecer información sencilla y adaptada al ciclo de aprendizaje de cada audiencia	1, 2, 4,		Castellano	Bloom ha creado y difundido guías gratuitas sobre salud, con información verificada y adaptada a distintos niveles digitales, para fomentar el pensamiento crítico y el acceso a contenidos fiables. Se distribuyen por correo electrónico y campañas en redes sociales.	No	no		Aunque no se dispone de una cifra total consolidada, cada guía ha alcanzado varios miles de descargas. Destacan las guías de educación sexual para madres y padres, adaptadas a las distintas etapas escolares de sus hijos e hijas, que han registrado una alta demanda y nivel de participación.	Las métricas de interacción y descarga reflejan un interés sostenido y una percepción positiva por parte del público objetivo. Además, la accesibilidad de las guías —en formato digital— y adaptadas a distintos niveles de competencia tecnológica— ha contribuido a reducir las barreras de acceso.	Enlace	Enlace			Sí	
INFLUENCER-007	Proyecto de educación sexual “Observatorio de ITS” y “Escuela de Calor”: contenidos divulgativos con enfoque experto en salud de la mujer		Desde 11/2022	1,3,5	1		Castellano	El proyecto combina investigación, formación y comunicación para divulgar salud sexual femenina. Incluye el Observatorio de ITS, materiales educativos con expertos, colaboraciones con entidades como Médicos Sin Fronteras y el podcast Escuela de Calor, que impulsa la educación sexual informada.	Sí	si	60 €	El proyecto ha fortalecido la educación sexual informada y la prevención de ITS, alcanzando una amplia difusión a través de informes, materiales educativos, colaboraciones con entidades sanitarias y el podcast Escuela de Calor, con alta participación y reconocimiento público.	La medida ha sido altamente eficaz al integrar divulgación y educación participativa, fortaleciendo la conciencia sobre salud sexual y prevención de ITS. La colaboración con profesionales y entidades como Médicos Sin Fronteras ha ampliado su alcance y reforzado su credibilidad.	Enlace 1 Enlace 2	Enlace	Enlace 1 Enlace 2 Enlace 3		No	
INFLUENCER-007	Producción de la serie audiovisual “Video-reacciones” orientada al análisis crítico de contenidos virales y tendencias en redes sociales		Hasta 10/2025	1,3,4,5	1, 2, 3, 4,		Castellano	Bloom ha creado un formato audiovisual innovador de video-reacciones educativas en TikTok e Instagram, donde analiza críticamente contenidos virales sobre publicidad encubierta, desinformación y estereotipos de género, promoviendo el pensamiento crítico y la alfabetización mediática entre usuarias.	No	no		La serie de vídeos orientada al análisis de contenidos virales ha alcanzado millones de visualizaciones en redes sociales. Más allá del alcance, la iniciativa ha contribuido a ofrecer herramientas prácticas de análisis y pensamiento crítico frente a las tendencias digitales y los mensajes con sesgos	La serie ha alcanzado millones de visualizaciones e impulsado la reflexión crítica de las espectadoras frente a la desinformación. Su formato dinámico, adaptado a redes, se ha consolidado como una herramienta eficaz de alfabetización mediática en entornos digitales.	Enlace				Sí	
INFLUENCER-007	Implementación de un sistema de marcado y transparencia en contenidos publicitarios.		Desde 11/2022	1,3,5	1, 2, 3, 4,		Castellano	Bloom ha implantado un protocolo de identificación clara de los contenidos publicitarios difundidos a través de redes sociales. En cada publicación que incluye colaboración con una marca, se incorpora tanto una mención escrita visible (#publ) como	No	NO		La implementación del sistema de marcado contribuye a reforzar la transparencia y la confianza con la audiencia. Aunque no se dispone de métricas cuantitativas específicas, la medida favorece que las usuarias identifiquen con claridad el	La medida se considera eficaz al haber consolidado un modelo transparente de comunicación comercial que mejora la confianza de la audiencia y garantiza el cumplimiento de los principios de identificación clara de la publicidad.	Enlace				Sí	

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ⁹	NOMBRE DE LA MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO AL QUE SE DIRIGE	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUAS	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA (€)	RESULTADOS OBTENIDOS		EFICACIA DE LA MEDIDA	ENLACE	ENLACES2	OTROS ENLACES	DISPONIBLE PARA REPLICAR
							un indicador gráfico en la portada con el mensaje				contenido publicitario y tomen decisiones informadas.						
HUERTOADICTOS	Producción y difusión de contenidos audiovisuales de jardinería y huerta urbana ecológica y Divulgación sobre plantas medicinales con respaldo en estudios científicos y desmitificar mitos	2023, Hasta 10/2025, Desde 11/2022, 2024	1,2,3,4,5	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Videos con contenidos prácticos sobre jardinería, huerta urbana ecológica, compostaje, cuidado de plantas ornamentales y medicinales. Estos videos incluyen explicaciones y recomendaciones basadas en la experiencia y mis estudios, así como advertencias sobre prácticas poco seguras.	No	Durante este periodo he colaborado con distintas entidades, entre ellas Interflora, en el marco de congresos y encuentros de divulgación sobre jardinería y plantas. También he participado en conferencias y actividades formativas en torno a la divulgación de la horticultura y el cuidado de plantas.		Durante el periodo, el canal Huerto Adictos ha publicado de forma continua dos vídeos semanales, alcanzando a una comunidad de más de 2,8 millones de suscriptores y con un promedio de cientos de miles de visualizaciones por video, con impacto internacional en países hispanohablantes.	Elevado nivel de audiencia y participación del canal. Las métricas de YouTube muestran millones de visualizaciones y un crecimiento sostenido de la comunidad. La interacción constante de los seguidores, las consultas recibidas y los testimonios en comentarios evidencian un alto impacto educativo.	Enlace	Enlace	Enlace 1 Enlace 2 Enlace 3	Sí	
QUANTUMFRACTURE	Divulgación científica	Desde 11/2022, 2023, 2024, Hasta 10/2025	1,3,4,5	1, 2,		Castellano	Se desarrollan cursos, conferencias y también se ofrecen servicios de producción audiovisual, para todas aquellas instituciones y equipos que quieran producir buenos vídeos de ciencia para sus redes.	No	Fundación Telefónica, Universidades, Ayuntamiento de Madrid, Canal de Isabel II, Instituto de Física Teórica entre otras.		Se brindan animaciones que reflejan la esencia de cada proyecto, y se integran en un plan de comunicación para las redes sociales. Se encargan de la planificación y la producción del material, así como del asesoramiento preciso para tener más y mejor impacto.	El objetivo se está cumpliendo ya que intentamos llegar al máximo de seguidores posibles, transmitiendo nuestro conocimiento a nivel científico.				No	
COCINAPARATODOS	Plan de alfabetización mediática	2023, 2024, Hasta 10/2025	1,2,3,4,5,6;	1, 2,	Estatal	Castellano	Actualmente se estudia la posibilidad de colaborar con diferentes asociaciones, entidades y organismos oficiales para impulsar la alfabetización mediática y participar en actividades que contribuyan a desarrollar las habilidades necesarias para acceder a los medios audiovisuales, reconocer información.	No			No aplica.	Se analizarán en función de las medidas que se implementen.				No	
LUCASVAZQUEZ_91	Protocolo de Etiquetado Reforzado: Distinción Editorial vs. Comercial	2023, 2024, Hasta 10/2025	1,2,3,4,5,6	1, 2,	Estado	Castellano		No	No aplica		La medida busca incrementar el nivel de conciencia publicitaria en la audiencia que sigue un perfil de lifestyle. Se espera la reducción del porcentaje de interacciones que expresan confusión sobre la naturaleza comercial del contenido. Aumento de la capacidad de la audiencia.	Alta. La redundancia del mensaje (etiqueta de la plataforma + banner propio + mención verbal) asegura que el público, especialmente el menor, reciba y procese la información crítica de la naturaleza del contenido.	Enlace	Enlace		Sí	
MARITARX	Divulgación sobre neurodivergencia y uso crítico de medios digitales	2023, 2024, Hasta 10/2025,	1,2,3,4,5	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Divulgación sobre neurodivergencia y uso crítico de medios digitales	No			El contenido ha contribuido a que muchas personas neurodivergentes comprendan mejor su relación con los medios y las redes sociales, y a fomentar un espacio más empático y reflexivo en torno a la salud mental.	La eficacia se valora de manera cualitativa a través de los mensajes recibidos y la participación de la comunidad, que muestran una mejora en la comprensión y la reflexión crítica sobre el contenido mediático.	Enlace	Enlace	Enlace	No	

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ⁹	NOMBRE DE LA MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO AL QUE SE DIRIGE	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUAS	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	ENLACE	ENLACES2	OTROS ENLACES	DISPONIBLE PARA REPLICAR	
HAMELIN AGENCY	Resumen de medidas de alfabetización mediática por Hamelin Agency***	Hasta 10/2025, 2023, 2024	1,2,3,4,5,6; Promover el conocimiento de la Ley General de Comunicación Audiovisual y el Código de Conducta de Autocontrol	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	- Creación de material educativo (guías, vídeos, artículos y webinars) y difusión en redes sociales propias y en página web. - Ponencias y formación en universidades y eventos profesionales. - Inclusión en nuestros contratos de cláusulas que informan de la obligación de cumplir con la normativa.	No	- Participación en comisiones Influencer Marketing como IAB Spain y IM365. - Colaboración en publicaciones formativas como 'Falsos Mitos del Influencer Marketing' - Fundación, junto a otras agencias de representación digital, de la Asociación de Profesionales de Influencia Digital de España.		1. Alcance: miles de personas alcanzadas directa o indirectamente con estas medidas. 2. Reconocimiento sectorial por parte de IAB Spain, IM365, APIDE y universidades colaboradoras lo que refuerza la validez y la visibilidad de las medidas implantadas.	No podemos calcular la eficacia exacta de nuestras medidas, pero es un hecho que gracias a las comisiones/ asociaciones sectoriales a las que pertenecemos, las plataformas de intercambio de video e influencers son un medio cada vez más seguro, transparente y fiable para todos los públicos.	Enlace 1 Enlace 2 Enlace 3 Enlace 4 Enlace 5	Enlace 1 Enlace 2 Enlace 3 Enlace 4 Enlace 5			Sí
INFLUENCER-008	Uso responsable de etiquetas de publicidad en redes sociales	2023, 2024, Hasta 10/2025	3; Garantizar que la audiencia pueda identificar CL	1, 2,	Estatal	Castellano	* Etiquetar las colaboraciones con marcas usando "Publicidad" o "Colaboración pagada con..." en posts, stories y vídeos. * Informar de manera verbal en stories o directos cuando un contenido incluye promoción. * Uso de las herramientas de la propia plataforma	No			* La audiencia reconoce fácilmente los contenidos promocionales. * Mayor transparencia con los seguidores. * Evitar malentendidos.	* Medida eficaz, aplicada de manera constante en todas las colaboraciones. * Me ha permitido cumplir con la normativa y reforzar la confianza de la audiencia.				Sí	
INFLUENCER-009	Campaña de alfabetización mediática en redes sociales sobre bulos y desinformación científica	Desde 11/2022, Hasta 10/2025	1,2,3,4,5,6	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano		No			Entre noviembre 2022 y octubre 2025, las publicaciones sobre alfabetización mediática han acumulado un alcance estimado entre 45 y 60 millones de visualizaciones en TikTok e Instagram, según las métricas disponibles de los últimos tres meses extrapoladas al periodo completo.	Aunque no se ha realizado una evaluación académica formal, la evolución de las métricas y el feedback cualitativo demuestran que la medida cumple su objetivo de fomentar pensamiento crítico y consumo responsable de contenidos.	Enlace	Enlace	Enlace	Sí	
INFLUENCER-010	Medida 1		3,6,	2, 4,	Estatal	Castellano					La prestadora ha alcanzado una audiencia relevante en varias plataformas digitales, con una presencia estable y continuada, reconocimiento público y generación de ingresos por actividades publicitarias y colaboraciones comerciales.	Elevada eficacia comunicativa y de alcance, con amplia audiencia, interacción constante y cumplimiento de objetivos de difusión audiovisual profesional.	Enlace	YouTube Twitch Instagram TikTok			No
INFLUENCER-011	Medidas de alfabetización mediática	Hasta 10/2025	1,2,3,4,5,6	1, 2,		Ingles					Publico en redes vídeos educativos para la enseñanza del inglés, con un enfoque dinámico, accesible. Aunque no realice acciones explícitas enfocadas a la alfabetización mediática, considero que mi contenido contribuye positivamente al desarrollo del pensamiento crítico y al uso responsable de RRSS.	No se ha comprobado la eficacia de la medida				No	

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ⁹	NOMBRE DE LA MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO AL QUE SE DIRIGE	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUAS	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	ENLACE	ENLACES2	OTROS ENLACES	DISPONIBLE PARA REPLICAR
ELPALITOMAN	Arte colaborativo y pensamiento creativo en redes sociales	2023, 2024, Hasta 10/2025	2,3; Fomentar la creatividad digital, la participación colectiva y la expresión artística responsable en redes sociales.	2, 4,	Estatal, Catalunya	Castellano	Consiste en transformar los comentarios de los seguidores principalmente niños y jóvenes en ilustraciones a través de dinámicas interactivas, retos y vídeos explicativos, se fomenta la creatividad, la colaboración y el uso positivo de las redes sociales como espacio de expresión y aprendizaje.	No	No		Ha logrado un amplio alcance en redes sociales, con más de 3 millones de seguidores en TikTok, 600.000 en YouTube y 200.000 en Instagram.	La eficacia se evalúa mediante el alto nivel de participación y feedback positivo en redes sociales. Las métricas de interacción y la calidad de los comentarios demuestran que los jóvenes desarrollan pensamiento crítico y aprenden a crear contenidos de forma responsable y respetuosa.	Enlace	Enlace		Sí
RIDEMIFIVE	Medidas de alfabetización mediática	Hasta 10/2025	Nuestro objetivo general es continuar desarrollando contenidos de calidad y, en la medida de lo posible, fomentar una recepción crítica y responsable por parte de la audiencia	1, 2, 3,	Estatal	Castellano					No se han obtenido resultados claros dado que, hasta la fecha, no se han implementado las medidas específicas de alfabetización mediática en el marco temporal de nuestra actividad en la profundidad necesaria.	No se ha comprobado la eficacia.				No
INFLUENCER-012	Implementación de subtítulos opcionales	2024, Hasta 10/2025	2	1, 2, 3,	Estatal	Castellano	Todos los vídeos publicados en la plataforma incorporan la opción de subtítulos en español. El usuario puede activarlos o desactivarlos según su preferencia.				En el periodo 2024-2025, el 100 % de los videos nuevos incluyen subtítulos.	Mejora del acceso a personas con discapacidad auditiva y usuarios que prefieren leer los diálogos (ej. entornos ruidosos o aprendizaje de idiomas).				Sí
PATRYJORDAN	Alfabetización mediática	Desde 11/2022, Hasta 10/2025	3	1	Estatal	Castellano	Formación	No			Transparencia en la información comunicada	60%	Enlace	Enlace		No
INFLUENCER-013	Transparencia en patrocinios y uso de enlaces de afiliados	Hasta 10/2025, Desde 11/2022, 2023, 2024	1,2,3,4,5,6	1	No contesta	Castellano	Muestro en pantalla "Publicidad" o "Patrocinado", aviso verbal si el producto es enviado, y lo indico también en la descripción. Uso hashtags #Publicidad y separo opinión de promoción para mantener transparencia y credibilidad ante mi audiencia.	No			La audiencia identifica fácilmente los contenidos patrocinados y valora la transparencia. Aumenta la confianza en el canal y mejora la comprensión sobre seguridad online, consumo responsable y contenido adecuado para menores gracias a mensajes claros y prácticas honestas.	La medida es eficaz según los comentarios y la interacción del público, que valora la transparencia y aplica mis consejos. Se observa mayor confianza, comprensión y participación en los contenidos educativos y responsables.	Enlace 1 Enlace 2 Enlace 3			Sí
LAHIPERACTINA	Videos sobre salud y biomedicina	Desde 11/2022	1,2,3,4,5,6	1, 2, 3, 4,	Estatal	Castellano Catalán					Estadísticas del canal Suscriptores actuales 2.528.550 Resumen Últimos 28 días Visualizaciones 2,3 M Tiempo de visualización (horas) 103,9 mil	No comunicada	Enlace	Enlace		No
INFLUENCER-014	Hábitos no saludables	Hasta 10/2025, Desde 11/2022	Concienciar sobre el riesgo de obsesionarse con hacerlo todo perfecto y señalar la importación de actuar siempre con medida.	1, 2,	No contesta	Castellano	Vídeo Reel en Redes sociales. Hicimos el reels y también nos reunimos con otros participantes de la campaña donde intervinieron chefs, nutricionistas y otras personas del sector.	No	Publicidad en colaboración con Cerveceros de España		Buena acogida del mensaje entre nuestros seguidores	No es viable comprobar la eficacia en este caso		Enlace		Sí
INFLUENCER-015	Orientación de la línea editorial y de la misión y valores hacia una alfabetización mediática e	2023		1, 2, 4,	Estatal		El influencer ha participado en jornadas y proyectos académicos sobre desinformación, incluyendo la OTAN, INDESO, COMEIN y UEC. Ha				El influencer ha participado en jornadas sobre desinformación organizadas por la OTAN y en actividades de UEC con expertos en	UEC y BAITY BAIT destacan la implicación del UER en la alfabetización mediática, mostrando su compromiso y un enfoque pionero. Sus medidas	Enlace 1 Enlace 2 Enlace 3 Enlace 4			

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

NOMBRE ⁹	NOMBRE DE LA MEDIDA	HORIZONTE TEMPORAL	OBJETIVOS	PÚBLICO AL QUE SE DIRIGE	ÁMBITO GEOGRÁFICO	LENGUAS	ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO	AYUDAS PÚBLICAS	COLABORACIÓN	CUANTÍA AYUDA PÚBLICA (€)	RESULTADOS OBTENIDOS	EFICACIA DE LA MEDIDA	ENLACE	ENLACES2	OTROS ENLACES	DISPONIBLE PARA REPLICAR	
	informacional en ámbito digital						elaborado conclusiones publicadas en un libro manual y colaborado en el libro blanco de ICMEDIA y programas de influencia responsable. Además, desarrolla un código de conducta propio, un portal contra la desinformación y tramita acuerdos para proteger a menores y combatir la desinformación en el entorno digital.				ámbito digital. También ha colaborado en el libro blanco de ICMEDIA, en programas de influencia responsable y en mesas redondas sobre el tema. Además, desarrolla un código de conducta propio, pendiente de validación por la autoridad audiovisual.	combinan participación social clásica con las innovadoras capacidades del UER. Esto genera un impacto directo en sus comunidades y un fenómeno de educomunicación orgánico, fruto de un planteamiento cuidadoso y del compromiso con la sociedad y su propia comunidad.					
INFLUENCER-015	Campaña en contra de la promoción de los mecanismos de la ludopatía en entorno digital	2021 (Esta medida está fuera del periodo de reporte)		1, 2, 4,	Estatal		Antes de la regulación nacional, el creador alertó sobre los riesgos de las lootboxes para menores y la importancia de la supervisión parental mediante un video propio. La campaña busca exponer públicamente estos peligros poco conocidos y cuestionar prácticas de explotación en la industria. Ofrece contenido accesible que permite a menores, educadores y familias comprender los riesgos de los mecanismos de recompensa aleatoria en entornos digitales.				El video cita fuentes profesionales y muestra la reacción positiva del público, que busca información veraz sobre hábitos de consumo y prácticas empresariales que afectan a menores y a la población en general. Ha impactado a más de 1.188.000 usuarios y la campaña sigue ofreciendo contenido sobre sistemas de recompensa aleatoria en entornos digitales, aún pendientes de regulación europea.	La medida sigue siendo eficaz, fomentando debates respetuosos entre jóvenes y adultos sobre el tema tratado. El influencer organiza foros en Twitch donde los usuarios participan directamente, basándose en el contenido del video. Además, la iniciativa se ha consolidado como fuente fiable, siendo citada por otros creadores y UER para análisis y referencia.	Enlace				
INFLUENCER-015	Campaña en contra del odio en los entornos digitales	2024		1, 2, 4,	Estatal		El influencer ha producido un video para alertar sobre los riesgos del odio y la desinformación en entornos digitales. La campaña busca exponer un peligro poco conocido para menores y cuestionar prácticas perjudiciales en la industria. Ofrece contenido accesible que permite a menores, educadores y familias comprender los riesgos asociados a la exposición al odio en el ámbito digital.				El video cita sus fuentes y muestra la reacción positiva del público, que busca información veraz sobre conductas que generan polarización, afectando a menores y al público en general. Ha impactado a más de 1.236.000 usuarios y la campaña sigue ofreciendo contenido sobre la polarización en redes sociales y el ámbito digital en general.	La medida sigue siendo eficaz, fomentando debates respetuosos entre jóvenes y adultos sobre el tema tratado. El UER organiza foros en Twitch donde los usuarios participan directamente, basándose en el contenido del video para generar un diálogo informado.	Enlace				
INFLUENCER-015	Campaña contra los mecanismos de adicción dentro de los videojuegos o en los sistemas de entretenimiento interactivo	Hasta 10/2025		1, 2, 4,	Estatal		El influencer ha producido un video para alertar sobre los riesgos de los sistemas de consumo compulsivo y la polarización generada por algoritmos en redes sociales. La campaña expone un peligro poco conocido para menores y cuestiona prácticas industriales perjudiciales. Ofrece contenido accesible que permite a menores, educadores y familias comprender los riesgos de la manipulación psicológica en entornos digitales.				El video cita fuentes profesionales y muestra la reacción positiva del público, que busca información veraz sobre hábitos de consumo y prácticas empresariales que afectan a menores y al público en general. Ha impactado a más de 905.000 usuarios y la campaña sigue ofreciendo contenido sobre sistemas de recompensa aleatoria en entornos digitales, aún pendientes de regulación europea.	La medida sigue siendo eficaz, promoviendo debates respetuosos entre jóvenes y adultos sobre el tema tratado. El UER organiza foros en Twitch donde los usuarios participan directamente, basándose en el contenido del video para generar un diálogo informado.	Enlace				
INFLUENCER-015	Campaña acerca de las actividades abusivas en ámbito laboral dentro de la industria del videojuego o del entretenimiento interactivo audiovisual	Hasta 10/2025		1, 2, 4,	Estatal		El influencer ha producido un video que sirve de guía y advertencia para profesionales, estudiantes y menores interesados en la industria del videojuego. La campaña expone riesgos laborales y situaciones que pueden afectar física y psicológicamente a los trabajadores. Ofrece contenido accesible que ayuda a menores, educadores y familias a comprender estos peligros y la importancia de buenas prácticas en el ámbito profesional.				El video cita fuentes profesionales y muestra la reacción positiva del público, que busca información veraz sobre hábitos de consumo y prácticas empresariales que afectan a menores y al público en general. Ha impactado a más de 1.009.000 usuarios y la campaña sigue ofreciendo contenido sobre sistemas de recompensa aleatoria en entornos digitales, aún pendientes de regulación europea.	La medida sigue siendo eficaz, fomentando debates respetuosos entre jóvenes y adultos sobre el tema tratado. El UER organiza foros en Twitch donde los usuarios participan directamente, utilizando el contenido del video como base para un diálogo informado.	Enlace				

Objetivos: 1. Acceder y analizar críticamente la información. 2. Desarrollo de competencias, contenidos, comprensión y valoración crítica. 3. Elaborar contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro. 4. Discernir entre hechos y opiniones. 5. Ofrecer herramientas que permitan utilizar los medios con eficacia y seguridad. 6. Reconocer noticias falsas y procesos de desinformación.

Público objetivo: 1. Adultos (30-64 años). 2. Jóvenes (18-29 años). 3. Mayores (+65 años) 4. Menores (hasta los 17 años).

8. MEDIDAS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

La gran mayoría de agentes manifestaron, a través de las solicitudes de información enviadas a la CNMC, que no han realizado una evaluación del impacto de sus medidas. En algunos casos por desconocimiento, y en otros por la complejidad, o incluso por el elevado coste que les suponía verificar la eficacia de las medidas puestas en marcha.

En este sentido, la CNMC realizó una consulta pública entre el 30 de abril y el 6 de junio de 2025 sobre una [propuesta de metodología de evaluación de medidas de alfabetización mediática](#) (INF/DTSA/096/25). Esta propuesta se dirigía a evaluar las medidas de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual y de las plataformas de intercambio de vídeo a través de un formulario de autoevaluación con el objetivo de mejorar el impacto de sus iniciativas.

En resumen, la propuesta de la CNMC pretende detectar a través de un sencillo formulario que evalúa cuatro aspectos (objetivos llevados a cabo, público receptor, impacto real del *focus group* y existencia de mecanismos de control para verificar la adquisición de capacidades de alfabetización mediática por parte del público receptor) la eficacia de las medidas. Cada uno de los apartados está dotado de una puntuación y el resultado final indica el grado de efectividad de la medida.

Hasta el momento no se ha llegado a un documento final de evaluación de las medidas e iniciativas de alfabetización mediática y el objetivo es continuar trabajando, junto al resto de agentes implicados, en una metodología transparente y uniforme para la evaluación del impacto de la alfabetización mediática en los ciudadanos.

9. ANEXO I – ENLACES FACILITADOS POR LOS AGENTES EN LOS FORMULARIOS DE “MEDIDAS DE ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA (GENERAL)”.

Listado de Autoridades Audiovisuales de Regulación Audiovisual, Administraciones públicas, otros organismos, organizaciones sin ánimo de lucro y otro tipo de agentes junto con los enlaces que han reportado con sus medidas.

ORGANISMO / ENTIDAD IMPULSORA	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Casa África (Reportado por Maldita)	Talleres de formación bajo la temática: “Desinformación, discurso de odio y xenofobia en redes sociales”	Estatal			
Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes	Estudio AMI	Estatal	https://leer.es/publicaciones/	https://www.libreria.educacion.gob.es/libro/estudio-de-alfabetizacion-mediatica-en-centros-de-educacion-secundaria-obligatoria_181935/edicion/pdf-180572/	
Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública	Organización de Jornada de Reflexión y Concienciación sobre Alfabetización Mediática en la Semana mundial de la alfabetización mediática e informacional	Estatal	https://es.linkedin.com/posts/secretar%C3%A1da-de-estado-de-digitalizaci%C3%B3n-e-inteligencia-artificial_inscr%C3%ADbete-a-la-jornada-de-reflexi%C3%B3n-y-activity-7389368497233031168-sEyl		
Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública	Participación en el Grupo de Trabajo: Impulso a la alfabetización mediática dentro del Foro contra las Campañas de Desinformación en el ámbito de la Seguridad Nacional	Estatal			
Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI) - Entidad Pública Empresarial Red.es	Informes sobre cómo se protege la ciudadanía ante los ciberriesgos	Estatal			
Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI) - Entidad Pública Empresarial Red.es	Informe sobre sociedad digital	Estatal		https://www.ontsi.es/es/publicaciones/Lasociedaddigital2024	
Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI) - Entidad Pública Empresarial Red.es	Informes sobre competencias digitales	Estatal		https://www.ontsi.es/es/publicaciones/Competencias-Digitales-0 , https://www.ontsi.es/es/publicaciones/competencias-digitales	
Red.es (Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad) Reportado por MTDFP	Inclusión de un módulo especial sobre alfabetización mediática en el informe “Cómo se protege la ciudadanía ante los ciberriesgos. Edición 2025.”	Estatal			
FADEMUR (Reportado por Maldita)	FORMACIÓN DE FORMADORES + materiales formación Media Literacy Fademur -Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales	Andalucía, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Extremadura, Galicia, R. de Murcia	https://fademur.es/fademur/upa-fademur-lanzan-pueblos-en-clave-digital-para-mejorar-competencias-tecnologicas-medio-rural/		
Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia	GT Impulso a la Alfabetización Mediática	Estatal	https://www.youtube.com/watch?v=bzog2WI_zjw&t=8802s	https://www.iiijornadascontraladesinformacion.com/	

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

Competencia (CNMC)	(Foro contra las campañas de Desinformación en el ámbito de la Seguridad Nacional				
Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)	Participación en la III Jornada contra la Desinformación organizado por Clabe	Estatal			
Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)	Participación en la Jornada "Travesía, De la cartografía a la ruta compartida. Encuentro de alfabetización audiovisual y educación cinematográfica".	Estatal			
Consejo Audiovisual de Andalucía	Jornadas anuales del CAA	Estatal		2025: "Alfabetización Mediática: Vacuna contra la desinformación y esperanza para el periodismo", 2024: "Las consecuencias de ser los primeros nativos digitales", 2023: "La indefensión de los menores ante la pornografía infantil en Internet".	https://www.canalsur.es/noticias/el-consejo-audiovisual-de-andalucia-alerta-sobre-la-desinformacion-de-los-jovenes/2167499.html , https://lapantalladigital.com/noticia/jornada-anual-del-caa-alfabetizacion-mediatica-vacuna-contra-la-desinformacion-y-esperanza-para-el-periodismo , https://feusoandalucia.es/la-sobreexposicion-de-los-menores-a-las-pantallas-a-debate-en-unas-jornadas-del-consejo-audiovisual-de-andalucia/ , https://www.extradigital.es/andalucia-entrevista-domi-postigo-movil-menor/ , https://www.youtube.com/watch?v=pRchJuFSbPQ ; https://www.alfamed-news.com/2023/04/10/jornadas-del-consejo-audiovisual-de-andalucia-la-indefension-de-los-menores-ante-la-pornografia-en-internet/ , https://www.europapress.es/andalucia/noticia-caa-senala-acceso-menores-pornografia-asunto-transversal-nos-concierne-todos-20230510114849.html
Consejo Audiovisual de Andalucía	Mayores con WiFi	Andalucía	Talleres presenciales de 10 sesiones cada uno con 25 alumnos que se pueden seguir con posterioridad a través del Canal de YouTube del CAA.	https://www.utrera.org/clausurado-el-taller-mayores-con-wifi-con-la-presencia-del-presidente-del-caa-y-representacion-de-varias-universidades/	
Consejo Audiovisual de Andalucía	Festival de Cine Europeo de Sevilla	Andalucía		https://consejoaudiovisualdeandalucia.es/2024/11/08/alfabetizacion-digital-para-jovenes-en-el-festival-de-cine-de-sevilla/	
Consejo Audiovisual de Andalucía	Publicación Guía del buen uso del móvil (y actualización de la misma)	Andalucía	https://consejoaudiovisualdeandalucia.es/wp-content/uploads/2024/05/Guia-buen-uso-tfno-movil.pdf , https://www.extradigital.es/andalucia-guia-buen-uso-movil-comunidad-educativa/		
Consejo Audiovisual de Andalucía	Charla sobre uso seguro y consciente del móvil en la familia	Andalucía		https://consejoaudiovisualdeandalucia.es/2025/03/27/laura-baena-ofrece-en-sevilla-una-charla-para-familias-sobre-el-buen-uso-del-movil/ , https://www.europapress.es/andalucia/sevilla-00357/noticia-consejo-audiovisual-andaluz-ayuntamiento-sevilla-acogen-charla-familias-buen-uso-movil-20250327124635.html , https://www.instagram.com/reels/DHsdo06MBx7/ , https://prai.tv/noticias/charla-en-sevilla-promueve-el-uso-consciente-de-la-tecnologia-en-familias-y-docentes/	
Consejo Audiovisual de Andalucía	Muestra internacional universitaria de cortometrajes "Maravíllame"	Andalucía		https://consejoaudiovisualdeandalucia.es/2024/04/19/maravillame-muestra-universitaria-de-cortometrajes/ , https://www.cinemaravillame.com/ , https://www.diariobahiadecadiz.com/jerez/el-campus-de-jerez-acoge-maravillame-muestra-internacional-de-cortos-universitarios/	
Consejo Audiovisual de Andalucía	Colaboración con festival de cortometrajes (acciones educativas) celebrada en Fuenteobeya (Córdoba) (Octubre 2025).	Andalucía		https://consejoaudiovisualdeandalucia.es/2025/10/20/el-consejo-audiovisual-de-andalucia-participa-en-el-festival-de-cortos-de-fuente-obeya-para-promover-la-creacion-joven-y-el-compromiso-social-en-el-audiovisual/ , https://festivalfoco.com/ , https://publicacionesdelguadiato.com/2025/10/20/foco-celebra-su-decima-edicion-con-gran-exito-en-fuente-obeya/	
Consejo Audiovisual de Andalucía	Andalucía Influye	Andalucía	Foro con expertos en comunicación digital y creadores de contenidos independientes en internet.	https://consejoaudiovisualdeandalucia.es/?s=influye , https://eventos.ujaen.es/111820/detail/andalucia-influye-iv-jornadas-sobre-influencia-responsable-consejo-audiovisual-de-andalucia.html , https://canal.ugr.es/noticia/el-foro-andalucia-influye-se-celebra-en-la-ugr-y-analiza-el-impacto-de-los-contenidos-digitales-en-los-mas-jovenes/ , https://www.uma.es/sala-de-prensa/noticias/cuatro-influencers-andaluces-dialogan-en-la-uma-sobre-su-impacto-en-sociedad-digital/ , https://www.europapress.es/esandalucia/malaga/noticia-foro-andalucia-influye-advierte-necesidad-influencia-responsable-redes-sociales-20220517220521.html , https://www.abc.es/espaa/andalucia/consejo-audiovisual-andalucia-junta-buscan-soluciones-estragos-20230510142926-nts.html	
Consejo Audiovisual de Andalucía	Colaboración con el Festival de Cine Africano (Tarifa-Tánger)	Andalucía	Visionado de películas en centros educativos con acceso a películas en versión original subtitulada en castellano y a sus correspondientes fichas didácticas para trabajar con el alumnado con un debate posterior en el que participan profesionales del mundo del cine.	Mayo 2023, 2024 y 2025 (Tarifa, Cádiz)	https://consejoaudiovisualdeandalucia.es/2022/05/20/el-caa-colabora-un-ano-mas-con-el-programa-educativo-del-festival-de-cine-africano-de-tarifa-tanger/ , https://www.europapress.es/andalucia/cadiz-

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

					00351/noticia-consejo-audiovisual-andalucia-colabora-ano-mas-programa-educativo-festival-cine-africano-20220520163944.html
Consejo Audiovisual de Andalucía	Festival de Cine Generamma	Andalucía	El CAA apoya la organización de un Casting por la Igualdad, dentro del programa de actividades paralelas del certamen, y una muestra de cortometrajes realizados por socias de Asociación de Mujeres de Medios Audiovisuales (AMMA)	Septiembre 2023, 2024 y 2025 (Chiclana, Cádiz)	https://consejoaudiovisualandalucia.es/2022/09/01/el-consejo-audiovisual-de-andalucia-apoya-el-cine-hecho-por-mujeres-con-su-colaboracion-en-el-festival-generamma/
Consell de l'Audiovisual de Catalunya	XX convocatoria Premios eduCAC. Publicación de las bases de la convocatoria de los Premios eduCAC en el Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya núm. 8746 de 6 de septiembre de 2022.	Catalunya	https://www.educac.cat/premis-educac/edicions-anteriors/xx-premis-educac	https://www.3cat.cat/tv3/sx3/premis-educac-a-lescola/video/6223639/	http://youtube.com/watch?time_continue=171&v=ffURaRShDbY&embeds_referring_euri=https%3A%2F%2Fwww.educac.cat%2F&source_ve_pah=MzY4NDlsMzY4NDlsMzY4NDlsMjg2NjY
Consell de l'Audiovisual de Catalunya	XXI Convocatoria Premios eduCAC. Publicación de las bases de la convocatoria de los Premios eduCAC en el Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya núm. 8963 de 21 de julio de 2023.	Catalunya	https://www.educac.cat/premis-educac/edicions-anteriors/xxi-premis-educac		
Consell de l'Audiovisual de Catalunya	XXII Convocatoria Premios eduCAC. Publicación de las bases de la convocatoria de los Premios eduCAC en el Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya núm. 9244 de 9 de septiembre de 2024.	Catalunya	https://www.educac.cat/premis-educac/edicions-anteriors/22ns-premis-educac	https://youtube.com/watch?si=WczQ5fveMni-l36b&v=hh6oFAP33AM&feature=youtu.be	
Consell de l'Audiovisual de Catalunya	Curso Desinformación y fake news	Catalunya	https://www.educac.cat/actualitat/leducac-i-departament-deducacio-us-ofereixen-formacio-destiu		
Consell de l'Audiovisual de Catalunya	Actualización de los contenidos didácticos eduCAC mediante la convocatoria de un concurso público.	Catalunya	https://www.educac.cat/professorat/situacions-daprenentatge		
Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)	Panel de Hogares CNMC - Servicios Audiovisuales II/2025	Estatl			
Agencia Digital de Andalucía	Actuaciones en el marco de la Estrategia Andaluza de Ciberseguridad 2022-2025 y sus planes predecesores.	Andalucía	•Estrategia Andaluza de https://juntadeandalucia.es/organismos/transparencia/planificacion-evaluacion-estadistica/planes/detalle/369709.html , • EscudoDigitalparaMenores, contrato https://www.juntadeandalucia.es/presidencia/portavoz/gobiernoalda/208742/ConsejeriadelaPresidencia/AntonioSanz/Ciberescudo/proteccion/menores/internet	•Sección específica de web JuntadeAndalucía https://juntadeandalucia.es/organismos/ada/areas/seguridad-digital/centro-ciberseguridad/centro-operaciones/formacion.html , • Web del Centro de Ciberseguridad de Andalucía https://lajunta.es/cian	
Agencia Digital de Andalucía	Programa formativo para todos Recursos Aprende Volando 2022-2025	Andalucía	https://andaluciavuela.es/	•GUÍAS Y RECURSOS DE CONCIENCIACIÓN/SENSIBILIZACIÓN •Escape room Misión Andalucía Vuela •Conquista la era digital: Guía para Mayores Digitales •Decálogo para comprar online con seguridad •Guía para el uso seguro y responsable de las redes sociales •Guía de recomendaciones de ciberseguridad •Guía para acertar con los regalos tecnológicos para menores •DIVULGACIÓN DE CONTENIDOS Y NOTICIAS (BLOG ANDALUCÍA VUELA) •Cómo buscar información de salud online de forma segura y fiable (21/05/2025) •Todo lo que necesitas saber sobre las reseñas antes de comprar online (28/11/2024) •Consejos para proteger la privacidad de menores en las redes sociales (12/09/2024) •Cómo contrastar la información que genera la IA (15/05/2024) •Seguridad en tus compras navideñas por Internet: regala sin sorpresas (14/12/2023) •Cookies y rastreadores: ¿Qué son y cómo afectan a tu privacidad online? (26/10/2023) •Navegando en la era de los deep fakes: qué son, creación e implicaciones (19/10/2023) •¡No caigas en la trampa! Aprende a verificar las noticias antes de compartirlas (26/06/2023) •Ciberbullying y cómo prevenirlo: consejos para un uso seguro de las redes sociales (22/06/2023) •Cómo detectar noticias falsas en la era de la información digital (13/04/2023) •10 medidas preventivas para tu ciberseguridad (21/03/2023) •Día de la Seguridad de la Información:	•Videoconsejos: oCómo puedes mejorar tu seguridad digital? (5/02/2024) oComo identificar sitios webs seguros (5/02/2024) •Webinars: oEducar en digital: acompañando a los más jóvenes en su uso de la tecnología (15/05/2025) oProtege tu vida digital: claves para una navegación segura (13/05/2025) oUso responsable de las redes sociales por parte de menores. (30/06/2023) oPasos a seguir para comprar por Internet con total seguridad (10/11/2022) oCómo realizar pagos seguros por Internet (10/11/2022)

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

				consejos para tu seguridad digital (30/11/2022) • Recomendaciones para realizar una compra segura por Internet (24/11/2022) • 5 consejos para comprobar si una página web es segura (17/11/2022)	
Agencia Digital de Andalucía	Programa Herramientas para eficacia y seguridad Puntos Vuela 2023-2025	Andalucía	https://puntosvuela.es/	https://puntosvuela.es/ponte-al-dia	
Agencia Digital de Andalucía	Programa formativo Aprende Volando 2023	Andalucía	Se aportan vídeos con el resumen de algunos de los eventos referenciados en el punto 3: •Evento “Conquista la era digital”: https://youtu.be/AaiuqTTsa4?si=ibrmzCjwV50XT-vl • Evento para la celebración del Día de Internet 2023: https://youtu.be/UtM_qvpj3RU?si=DSe_Vr-4ZSvAr8jm		
Agencia Digital de Andalucía	Programa formativo Aprende Volando	Andalucía	https://andaluciavuela.es/personas/formacion/	https://aulavirtual.andaluciavuela.es/	
Agencia Digital de Andalucía	WomANDigital, iniciativa para la promoción de la igualdad de género en el sector TIC	Andalucía	•Congreso de ciberseguridad 2025 https://womandigital.es/evento-wd/del-codigo-al-codigo-mujer-y-ciberseguridad-para-hablar-sobre-derecho-digital-en-ciberseguridadand/ , •WomANDigital Days 2025 https://womandigital.es/evento-wd/womandigital-day-2025/ , •Hackathon "Código GENIAS en Juego": creatividad, igualdad y talento joven para reprogramar el futuro 2025 https://womandigital.es/evento-wd/hackathon-codigo-genias-en-juego-creatividad-igualdad-y-talento-joven-para-reprogramar-el-futuro/ , •Pídoras Audiovisuales TIC&GO https://www.youtube.com/shorts/Rnb8P4bsLeg , https://www.youtube.com/shorts/38CKwB-pfTY	https://juntadeandalucia.es/presidencia/portavoz/gobiernoaldia/204302/WomANDigitalDay/CEIP_Teodosio/Sevilla/profesiones/tecnologias/comunicacion/ciencias/ingenierias/matematicasTIC/ST_EM/AgenciaDigitaldeAndalucia/ADA/ConsejeriadelaPresidencia/Interior/DialogoSocialySimplificacionAdministrativa	
Universidad de Cádiz	Cursos de Verano	Andalucía	https://celama.uca.es/75_cursosdeverano/A05/ ; https://celama.uca.es/75_cursosdeverano/A15/ ;		
Universidad de Cádiz	Cursos de Otoño	Andalucía	https://celama.uca.es/28COA/E01/		
Universidad de Cádiz	Formación para profesorado	Andalucía	https://udinnovacion.uca.es/actividades-formativas-2024-25/ ; https://www.uca.es/evento/xi-congreso-internacional-de-investigadores-del-audiovisual/		
Universidad de Cádiz	Formación para profesorado	Andalucía	-		
Universidad de Cádiz	Curso 2022-2023.	Andalucía			
Universidad de Cádiz	Curso 2023/2024	Andalucía	https://ccsociales.uca.es/memorias-de-la-facultad-de-ciencias-sociales-y-de-la-comunicacion/		
Universidad de Cádiz	Curso 2022-2023	Andalucía	https://ccsociales.uca.es/memorias-de-la-facultad-de-ciencias-sociales-y-de-la-comunicacion/		
Universidad de Cádiz	Otras actividades desarrolladas por la UCC+I	Andalucía			
Universidad de Málaga	Organización de jornadas y conferencias abiertas	Andalucía			
Universidad de Málaga	Investigación y redes	Andalucía			
Universidad de Málaga	Formación a profesionales	Andalucía			
CEPA San Martín de Valdeiglesias (Reportado por Maldita)	Formación para docentes en Alfabetización Mediática, desinformación y herramientas de verificación	C. de Madrid			
Comunidad de Madrid	Red de centros de capacitación digital	C. de Madrid	https://www.comunidad.madrid/servicios/educacion/red-centros-capacitacion-digital	https://www.eldiariodemadrid.es/articulo/tecnologia/centros-capacitacion-digital-madrid/20250811112154107375.html , https://www.telemadrid.es/programas/telenoticias-fin-de-semana/La-Comunidad-de-Madrid-contara-con-veinte-centros-de-capacitacion-digital-2-2740245953--20250104025826.html	https://contratos-publicos.comunidad.madrid/contrato-publico/gestion-integral-red-centros-capacitacion-digital-comunidad-madrid-marco-el
Dirección General del Libro (Reportado por Maldita)	DESINFORMACIÓN y BRECHA DIGITAL DIRECCIÓN GENERAL DEL LIBRO	C. de Madrid			
Universidad Rey Juan Carlos (Reportado por Maldita)	Interuniversitarios Comunidad de Madrid - Universidad Mayores URJC	C. de Madrid	https://www.comunidad.madrid/servicios/servicios-sociales/programa-interuniversitario-mayores-2025		
Diputación de Navarra (Reportado por Maldita)	Formación a formadores de educación mediática y pensamiento crítico para combatir la desinformación y de herramientas de verificación entre los jóvenes	C. F. de Navarra			
Federación Valenciana de Municipios y Provincias (Reportado por Maldita)	Utilización de herramientas tecnológicas para la prevención, gestión y resiliencia ante catástrofes naturales	C. Valenciana			

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

Gobierno de Navarra	Contenidos formativos en materia de alfabetización mediática	C.F. Navarra	https://capacitaciondigital.navarra.es/es/programa-curso-pisa-seguro_ https://aventuradigitalnavarra.es/pages/categoriesext/3155db00cb91c93064f939c8ca6fe88_ https://capacitaciondigital.navarra.es/es/programa-curso-pisa-seguro_ https://aventuradigitalnavarra.es/pages/categoriesext/3155db00cb91c93064f939c8ca6fe88_ https://capacitaciondigital.navarra.es/es/programa-curso-pisa-seguro_ https://aventuradigitalnavarra.es/pages/categoriesext/3155db00cb91c93064f939c8ca6fe883	https://www.navarra.es/es/-/nota-prensa/el-gobierno-realiza-una-prueba-piloto-con-estudiantes-para-evaluar-digi-guardians-un-videojuego-sobre-ciberseguridad	https://capacitaciondigital.navarra.es/documents/15828143/20768610/Cartel+y+Programa+++Pisa+Seguro+en+La+Era+Digital+Ta+falla.pdf/65497418-1eca-86cf-93f9-12a3a3900c28?t=1729842092187
Gobierno de Cantabria (Reportado por Maldita)	Recursos para la búsqueda de información fiable y el fomento del pensamiento crítico	Cantabria	https://www.cepdecantabria.es/actividades/listado-de-actividades/58-curso/cep-santander/2569-informacion-fiable#presentacion		
Junta de Castilla y León	Ciclo de formación para formadores: "Contrasta con inteligencia: desinformación, bulos y deepfakes creados con IA"	Castilla y León	https://plataforma.com/video/123 , http://ejemplo.net/canal , https://ejemplo.com:8080/ruta , https://sub.portal.tv/serie , http://canal.org/directo		
Consejería de Educación de la Junta de Castilla y León (Reportado por Maldita)	Formación especializada en Educación mediática y pensamiento crítico para profesorado	Castilla y León,			
Agencia de Transformación Digital de Castilla-La Mancha	Publicación de contenido en redes sociales: instagram y TikTok	Castilla-La Mancha	https://www.instagram.com/clm_nomelies/ , https://www.tiktok.com/@clm_nomelies		
Agencia de Transformación Digital de Castilla-La Mancha	Desarrollo de un Portal Web	Castilla-La Mancha	Home Agenda Audiovisual	Castilla-La Mancha le declara la guerra a los bulos, las fake news y la información falsa: continúa la campaña "No me lies" Sociedad Actualidad Cadena SER, https://www.cmmedia.es/noticias/castilla-la-mancha/nueva-campana-fake-news-desinformacion-redes-sociales-dirigida-estudiantes.html	
Agencia de Transformación Digital de Castilla-La Mancha	Presentación de la Campaña "No me lies". Edición 2025: Estrategia AMI.	Castilla-La Mancha	https://agendaaudiovisual.castillalamancha.es/estrategiaAMI , https://educacion.castillalamancha.es/congresos/congreso-de-digitalizacion-educativa-de-castilla-la-mancha-2025	https://www.instagram.com/clm_nomelies/reel/DJmDxIFPuRr/ , https://youtu.be/QPmBFM2yo_I	
Agencia de Transformación Digital de Castilla-La Mancha	Presentación de la Campaña "No me lies". Edición 2024: Rumbo a una cultura digital segura	Castilla-La Mancha	https://agendaaudiovisual.castillalamancha.es/edicion-2024-rumbo-una-cultura-digital-segura		
Agencia de Transformación Digital de Castilla-La Mancha	III Edición Concurso en RRSS "No piques"	Castilla-La Mancha	NoPiques Agenda Audiovisual	https://www.castillalamancha.es/node/400449	
Agencia de Transformación Digital de Castilla-La Mancha	Programa Mayores Conectad@s - Igualdad Digital	Castilla-La Mancha	https://agendaaudiovisual.castillalamancha.es/sites/default/files/2025-06/12062025_mayores.pdf	https://www.castillalamancha.es/node/397029 , https://www.castillalamancha.es/node/408160	
Agencia de Transformación Digital de Castilla-La Mancha	Talleres teórico-prácticos para el profesorado de Centros Educativos de la región a través del Centro Regional de Formación del Profesorado (CRFP)	Castilla-La Mancha	Introducción a la Alfabetización Mediática e Informacional. Nivel 1 (Edición 1) – Centro Regional de Formación del Profesorado de Castilla la Mancha, AMI: El impacto de las TICs en el alumnado. Nivel 2 (Edición 1) - Centro Regional de Formación del Profesorado de Castilla la Mancha		
Agencia de Transformación Digital de Castilla-La Mancha	Charlas sobre ciberseguridad y desinformación de género para la ciudadanía	Castilla-La Mancha	https://agendaaudiovisual.castillalamancha.es/inscripcionmunicipios_CalendarioTalleresMunicipios Agenda Audiovisual		
Agencia de Transformación Digital de Castilla-La Mancha	Talleres teórico-prácticos sobre riesgos digitales para el alumnado de centros educativos de Castilla-La Mancha	Castilla-La Mancha	Inscripción Centros Agenda Audiovisual, Estrategia AMI Más Información Centros Agenda Audiovisual	https://www.castillalamancha.es/node/396802	
Agencia de Transformación Digital de Castilla-La Mancha (En el)	Presentación de la Campaña "No me lies". Edición 2023: Por Ser Mujer	Castilla-La Mancha	https://agendaaudiovisual.castillalamancha.es/no-me-lies-por-ser-mujer	https://www.castillalamancha.es/actualidad/galeriaimagenes/el-gobierno-regional-pone-en-marcha-la-campa%C3%B1a-%E2%80%99nomel%C3%A9Desporsermujer%E2%80%99-para-concienciar-sobre-la	

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

periodo 2022-23 las competencias AMI estaban atribuidas a la Dirección General de Cohesión Territorial de la Consejería de Desarrollo Sostenible)					
Agencia de Transformación Digital de Castilla-La Mancha (En el periodo 2022-23 las competencias AMI estaban atribuidas a la Dirección General de Cohesión Territorial de la Consejería de Desarrollo Sostenible)	Pódcast "Desvirilizando la Desinformación"	Castilla-La Mancha	https://open.spotify.com/show/7mWInRwz8zGOrPLQJp8uWG	https://www.castillalamancha.es/node/351723	
Agencia de Transformación Digital de Castilla-La Mancha (En el periodo 2022-23 las competencias AMI estaban atribuidas a la Dirección General de Cohesión Territorial de la Consejería de Desarrollo Sostenible)	I Edición Concurso en RRSS "Un bocata contra la desinformación"	Castilla-La Mancha	Concurso "Un bocata contra la desinformación" Agenda Audiovisual	https://www.cmmedia.es/radio/castilla-la-mancha-hoy/bocata-desinformacion-concurso-bulos-dirigido-jovenes.html	
Agencia de Transformación Digital de Castilla-La Mancha (en el periodo 2024 las competencias AMI estaban atribuidas a la Consejería de Hacienda, Administraciones Públicas y Transformación Digital).	II Edición Concurso en RRSS "Que no te la cuelen"	Castilla-La Mancha	Que no te la cuelen Agenda Audiovisual		
Centro Regional de Innovación Digital (CRID)	Jornadas "La Mujer STEM en Castilla-La Mancha"	Castilla-La Mancha	https://youtu.be/-loF-uG3eA	https://youtu.be/5a1evg6KTns , https://www.tiktok.com/@clm_nomelies/video/7471175322726124822?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7565962512522593814 , https://www.instagram.com/p/C3SRzuPP1Ad/	
Junta de Extremadura (Reportado por Maldita)	"LECTURA CRÍTICA: DESINFORMACIÓN, REDES SOCIALES E INTERNET"	Extremadura	https://cprzafra.educarex.es/lectura-critica-desinformacion-redes-sociales-e-internet/		
Dirección Xeral de Ordenación e Innovación Educativa	Programa Radio Na Biblio	Galicia			
Dirección Xeral de Ordenación e Innovación Educativa	Programa Biblioteca Creativa	Galicia			

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

Dirección Xeral de Ordenación e Innovación Educativa	PLAMBE - Plan de Mejora de Bibliotecas Escolares	Galicia			
Dirección Xeral de Ordenación e Innovación Educativa	PLAN LIA 2021/2025 - Lectura, información y aprendizaje	Galicia			
Universidad de Vigo (Reportado por Maldita)	Desinformación específica sobre género para la Universidad de Vigo	Galicia	https://cinbio.es/difusion/eventos/xornada-fake-news-de-xenero-na-ciencia-como-detectar-e-verificar-a-desinformacion/	https://cinbio.es/difusion/novas/cinbio-combate-a-desinformacion-e-fomenta-os-valores-igualitarios-no-ambito-cientifico/	
Universidad de Vigo (Reportado por Maldita)	Formación para estudiantes del Máster en Comunicación en Medios Sociales e Creación de Contidos Digitales (Universidad de Vigo) 19 septiembre de 2025 y 20 de septiembre de 2024	Galicia			
Xunta de Galicia (Reportado por Maldita)	Formación para docentes en el Centro de Formación del profesorado (CFR) A Coruña (Encontro Internacional Erasmus+ Coruña 2025)	Galicia	https://centros.edu.xunta.gal/cfrcoruna/aulavirtual/pluginfile.php/96128/mod_resource/content/1/Programa_Encuentro_2025_def.pdf	https://valedominho.com/node/16462	
Instituto de Investigación e Innovación Educativa (INIE) de la Universidad de Oviedo	Cursos de formación en alfabetización mediática y digital dirigidos al profesorado y personal investigador de la Universidad de Oviedo.	P. de Asturias	https://inie.uniovi.es/formacion		
Principado de Asturias (Reportado por Maldita)	Laboratorio Juvenil Maldita.es: Desinformación y bulos	P. de Asturias	HTTPS://WWW.GIJON.ES/SITES/DEFAULT/FILES/INLINE-FILES/1.%20PROGRAMA%20LABORATORIOS%20JUVENILES_0.PDF		
Principado de Asturias. Instituto de Administración Pública Adolfo Posada. Consejería de Presidencia, Reto Demográfico, Igualdad y Turismo.	Netiqueta: Manual de estilo para la comunicación en redes sociales	P. de Asturias	https://iaap.asturias.es/formaci%C3%B3n-por-departamentos		
Principado de Asturias. Instituto de Administración Pública Adolfo Posada. Consejería de Presidencia, Reto Demográfico, Igualdad y Turismo.	Habilidades para el uso seguro y responsable de las redes sociales (Teleformación)	P. de Asturias	https://iaap.asturias.es/formaci%C3%B3n-por-departamentos		
Principado de Asturias. Instituto de Administración Pública Adolfo Posada. Consejería de Presidencia, Reto Demográfico, Igualdad y Turismo.	Alfabetización mediática y desinformación	P. de Asturias	https://iaap.asturias.es/formaci%C3%B3n-por-departamentos		
Principado de Asturias. Instituto de Administración Pública Adolfo Posada. Consejería de Presidencia, Reto Demográfico, Igualdad y Turismo.	Cómo detectar información falsa en Internet y Redes Sociales	P. de Asturias	https://iaap.asturias.es/formaci%C3%B3n-por-departamentos		

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

Principado de Asturias. Instituto de Administración Pública Adolfo Posada. Consejería de Presidencia, Reto Demográfico, Igualdad y Turismo.	Estrategia de comunicación en salud: promoción de la salud desde las redes sociales y otros medios de comunicación de masas	P. de Asturias	https://iaap.asturias.es/formaci%C3%B3n-por-departamentos		
Principado de Asturias. Instituto de Administración Pública Adolfo Posada. Consejería de Presidencia, Reto Demográfico, Igualdad y Turismo.	La IA en el ámbito educativo: uso y aplicación en la docencia y en la mejora de los procedimientos de la inspección educativa	P. de Asturias	https://iaap.asturias.es/formaci%C3%B3n-por-departamentos		
Principado de Asturias. Instituto de Administración Pública Adolfo Posada. Consejería de Presidencia, Reto Demográfico, Igualdad y Turismo.	Prevención de usos perjudiciales de las redes sociales más utilizadas por los menores: especial mención a Instagram y TikTok	P. de Asturias	https://iaap.asturias.es/formaci%C3%B3n-por-departamentos		
Principado de Asturias. Instituto de Administración Pública Adolfo Posada. Consejería de Presidencia, Reto Demográfico, Igualdad y Turismo.	Herramientas de inteligencia artificial: Copilot y Gemini	P. de Asturias	https://iaap.asturias.es/formaci%C3%B3n-por-departamentos		
Principado de Asturias. Instituto de Administración Pública Adolfo Posada. Consejería de Presidencia, Reto Demográfico, Igualdad y Turismo.	Prevención de violencia en Redes Sociales	P. de Asturias	https://iaap.asturias.es/formaci%C3%B3n-por-departamentos		
Universidad del País Vasco/ Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU)	V Jornadas de Innovación Educativa en Comunicación y Alfabetización Mediática	País Vasco	https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/72278/UINPD259622.pdf?sequence=1&isAllowed=y		
Universidad del País Vasco/ Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU)	VI Jornadas de Innovación Educativa en Comunicación y Alfabetización Mediática	País Vasco	https://www.ehu.eus/es/web/gureikera/iecam		
Universidad del País Vasco/ Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU)	VII Jornadas de Innovación Educativa en Comunicación y Alfabetización Mediática	País Vasco	https://www.ehu.eus/es/web/gureikera/iecam	https://www.alfamed-news.com/2025/04/01/la-upv-ehu-celebra-la-vii-jornada-de-innovacion-educativa-en-comunicacion-y-alfabetizacion-mediatica/	
Alfa-Media	Promoción de la AMI	Estatal			
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Machismo y Publicidad; los estereotipos de género se resisten al cambio	Estatal	Folleto-formación	https://www.auc.es/folletos	
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	El CBD ¿Nueva panacea curalotodo?	Estatal	Folleto-formación	https://www.auc.es/folletos	

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Combatir el sexismo en los contenidos audiovisuales, redes sociales e influencers	Estatal	Folleto-formación	https://www.auc.es/folletos	
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	La protección de los menores ante las comunicaciones comerciales de alimentos y bebidas (I).	Estatal	Folleto-formación	https://www.auc.es/folletos	
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	La protección de los menores ante las comunicaciones comerciales de alimentos y bebidas (II).	Estatal	Folleto-formación	https://www.auc.es/folletos	
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Estereotipos sexistas en el sector de la moda (I).	Estatal	Folleto-formación	https://www.auc.es/folletos	
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Estereotipos sexistas en el sector de la moda (II).	Estatal	Folleto-formación	https://www.auc.es/folletos	
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Las bebidas energéticas y su regulación en España	Estatal	Folleto-formación	https://www.auc.es/folletos	
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Estereotipos de género entre los menores. Publicidad tradicional Vs influencers	Estatal	Folleto-formación	https://www.auc.es/folletos	
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Proteger a la infancia y la juventud ante la publicidad de los influencers. La normativa en España.	Estatal	Folleto-formación	https://www.auc.es/folletos	
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Proteger a la infancia y la juventud ante la publicidad de los influencers. Tendencias en Europa	Estatal	Folleto-formación	https://www.auc.es/folletos	
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Buenas prácticas para evitar el sexismo en las comunicaciones comerciales	Estatal	Folleto-formación	https://www.auc.es/folletos	
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Evitando el ecoengaño en las comunicaciones comerciales	Estatal	Folleto-formación	https://www.auc.es/folletos	
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Diseño y prueba de una aplicación de autoetiquetado (calificación de contenidos/descriptores) para creadores de contenidos y usuarios	Estatal	Aplicación multidispositivo	https://selflabelling.voggar.com/wp-login.php	
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Elaboración de una guía de autoetiquetado (calificación de contenidos/descriptores) para creadores de contenidos	Estatal	Guía	https://selflabelling.info/wp-content/uploads/2024/04/2023_Guia-de-creadores.pdf	
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Elaboración de una guía de autoetiquetado (calificación de contenidos/descriptores) para creadores de contenidos	Estatal	Guía	https://selflabelling.info/wp-content/uploads/2024/04/2023_Guia-de-usuarios.pdf	
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Elaboración de un tutorial de autoetiquetado (calificación de contenidos/descriptores) para usuarios	Estatal	Vídeo	https://selflabelling.info/wp-content/uploads/2024/02/tutorial-usuarios.mp4	
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	Elaboración de un tutorial de autoetiquetado (calificación de contenidos/descriptores) para creadores	Estatal	Vídeo	https://selflabelling.info/wp-content/uploads/2024/02/tutorial-creadores.mp4	

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

	para creadores de contenidos				
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	RESTRINGIDA	Estatal	Guía	https://www.auc.es/wp-content/uploads/2025/04/2025_Guia-de-influencers-1.pdf	
Federación de Asociaciones para la calidad de los Medios (ICMEDIA)	Protección de los derechos de la infancia y adolescencia en el entorno digital: Alfabetización Mediática y Bienestar Emocional	Estatal	https://icmedianet.org/alfabetizacion-mediatica/#flipbook-df_26477/1/ , https://youtu.be/wmqYeXTuro?si=WsA9gNVs5We6d8hS , https://youtu.be/YdVu8daJ1fc?si=5edwQwPslrXa_OC7 , https://youtu.be/oQQdhtWIhpY?si=mSqgVW7CrUBD8LI , https://www.think-fluencer.org/	https://prnoticias.com/2025/10/29/nace-thinkfluencer-la-herramienta-que-quiere-cambiar-como-comunican-los-influencers/ , https://icmedianet.org/icmedia-presenta-en-podcast-days-2025-el-primer-codigo-de-clasificacion-por-edades-del-podcast-audio-consentido/ , https://icmedianet.org/icmedia-participa-en-la-v-jornada-andalucia-influye/ , https://icmedianet.org/congreso-internacional-de-la-radio/ , https://icmedianet.org/pod-24-valencia/ , https://icmedianet.org/xxx-congreso-internacional-sep-audio-con_sentido/ , https://youtu.be/MjtDleWzqjKsi=4_oO9bKGMTCxZDMw , https://www.gorkazumeta.com/2025/10/rne-audio-adopta-el-codigo-de.html , https://icmediagalicia.es/influencers-responsables	
Fundación Cibervoluntarios	Verifica2	Estatal	https://www.cibervoluntarios.org/es/que-hacemos/proyectos/verifica2 , https://www.youtube.com/watch?v=JxY3lQS25kA , https://www.youtube.com/watch?v=SlWoQv_D2ow	https://www.elespanol.com/malaga/cultura/educacion/20231103/combaten-fake-news-escuela-despertar-espíritu-critico-ninos/806669716_0.html , https://www.cibervoluntarios.org/es/actualidad/post/mas-de-600-jovenes-de-la-comunidad-valenciana-han-aprendido-gratis-a-detectar-las-fake-news-con-verifica2 , https://www.cibervoluntarios.org/es/actualidad/post/mil-jovenes-verifica2 , https://www.ondacero.es/emisoras/andalucia/cadiz/noticias/fundacion-cibervoluntarios-newtral-lucharan-cadiz-bulos-taller-verifica2_202203096228a6e3447ec1000166776d.html , https://alziraradio.com/el-centre-dinformacio-juvenil-dalzira-realiza-esta-vesprada-uns-tallers-gratuits-perque-els-joves-estiguen-mes-segurs-al-ciberespai/ , https://www.cibervoluntarios.org/es/actualidad/post/mas-de-600-jovenes-de-la-comunidad-valenciana-han-aprendido-gratis-a-detectar-las-fake-news-con-verifica2	
Fundación Cibervoluntarios	Campamento Digital	Estatal	https://campamentodigital.org/	https://www.20minutos.es/nacional/cien-mil-ninos-campamento-digital-he-aprendido-entrar-enlaces-raros-webs-muchas-faltas-ortografia_6232846_0.html , https://www.abc.es/contentfactory/post/2025/06/09/campamento-digital-la-alternativa-favorita-de-tus-peques-para-este-verano/ , https://www.lavanguardia.com/vida/20250519/10682246/campamento-digital-gran-aventura-verano-formacion-certificada-brl.html , https://castellonaldia.elmundo.es/castellon/detectives-digitales-contra-las-fake-news-castello-BC24400098 , https://www.diariodealmeria.es/almeria/jovenes-almeria-aprenden-campamento-digital_0_2004390750.html , https://cadenaser.com/nacional/2025/06/16/como-aprender-a-usar-la-tecnologia-jugando-en-verano-formacion-gratuita-para-ninos-ninas-y-jovenes-en-campamento-digital-cadena-ser/ , https://elpais.com/sociedad/2025-05-12/un-veraneo-diferente-en-el-que-los-jovenes-disfrutan-aprendiendo-tecnologia.html , https://www.elconfidencial.com/sociedad/2025-06-30/campamento-digital-verano-bra_4155790/ , https://www.larazon.es/sociedad/fundacion-cibervoluntarios-forma-100000-menores-uso-responsable-tecnologia_20250731688b5508233a9d1be67fae79.html , https://www.youtube.com/watch?v=fB79NvGfqvo , https://www.youtube.com/watch?si=S7pEINt1VpW1G&v=tSqss10mDAM&feature=youtu.be , https://www.europapress.es/andalucia/malaga-00356/noticia-presentan-campamento-digital-malaga-formacion-gratuita-potenciar-talento-digital-juvenat-verano-20250703151048.html , https://cadenaser.com/nacional/2025/06/16/como-aprender-a-usar-la-tecnologia-jugando-en-verano-formacion-gratuita-para-ninos-ninas-y-jovenes-en-campamento-digital-cadena-ser/	https://www.youtube.com/watch?v=VlgWd1dtDVg
Fundación Cibervoluntarios	Smartvote	Estatal	https://mysmartvote.org/es	https://cbsimplewebs.blob.core.windows.net/mysmartvote/INFORME_DESINFORMACION_RRSS_ELECCIONES.pdf , https://www.ami.info/espana-y-portugal-lanzan-smartvote-una-herramienta-para-detectar-desinformacion-electoral-con-inteligencia-artificial.html , https://www.ondacero.es/podcast/emisoras/bilbao/stop-bulos/stop-bulos-1762025_20250617685148a8728b4878bdcbe5c6.html , https://laboratoriodeperiodismo.org/investigadores-y-periodistas-de-espana-y-portugal-crean-una-herramienta-para-identificar-noticias-falsas/ , https://www.uc3m.es/ss/Satellite/UC3MInstitucional/es/Detalle/Comunicacion_C/1371439690325/1371215537949/Un_70%25_de_los_ciudadanos_de_Espana_y_Portugal_confiesa_sentir_precupacion_por_la_desinformacion,https://clabe.org/2025/06/25/smartvote-una-herramienta-para-empoderar-a-los-votantes-de-espana-y-portugal-frente-a-la-desinformacion/?utm_source=chatgpt.com	
Fundación Cibervoluntarios	DoCHECK! Combatiendo la desinformación a través de la tecnología y la educación no formal	Estatal	https://docheck.org/es	https://www.newtral.es/docheck-alfabetizacion-mediatica/20230725/ , https://periodistasdearagon.org/2023/07/26/nace-dochek-un-programa-europeo-para-combatir-la-desinformacion-juvenil , https://www.cibervoluntarios.org/es/actualidad/post/fakenewslab-impulsando-generacion-jovenes-criticos-contra-desinformacion , https://www.youtube.com/watch?v=QCbYt9FOgJM	https://www.cibervoluntarios.org/es/actualidad/post/fakenewslab-impulsando-generacion-jovenes-criticos-contra-desinformacion

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

Fundación Luca de Tena	Programa de alfabetización mediática para niños y jóvenes	Estatal	https://www.educacionmediatica.org	d/post/el-proyecto-europeo-dochek-presenta-sus-herramientas-para-combatir-la-desinformacion-online , https://www.alfamed-news.com/2023/03/erasmus-y-fundacion-cibervoluntarios-se-unen-para-impulsar-el-programa-dochek-para-combatir-la-desinformacion/	
Fundación Maldita.es	Endgame	Estatal		https://endgameproject.github.io/	
Fundación Maldita.es	QYourself	Estatal	https://qyourself.eu/	https://maldita.es/nosotros/20240729/qyourself-alfabetizacion-mediatica-escuelas-europa/	
Fundación Maldita.es	El laberinto de la información	Estatal	https://educaixa.org/es/recurso/jugar-laberinto-informacion	https://www.educaciontrespuntocero.com/recursos/el-laberinto-de-la-informacion/ , https://maldita.es/nosotros/20240925/malditaes-educaixa-verificat-laberinto-informacion-primaria/ , https://www.innovaspain.com/el-laberinto-de-la-informacion-educaixa-desinformacion-aulas-primaria/ , https://www.educaciontrespuntocero.com/simo-educacion/actividades-empresas-simo-educacion-2024/	
Fundación Maldita.es	Level up	Estatal	https://maldita.es/nosotros/20241217/maldita-levelup-fortalecer-resiliencia-mayores-desinformacion/	https://www.helpage.es/lanzamiento-de-level-up-un-proyecto-cofinanciado-por-la-union-europea-para-las-personas-mayores-en-europa-frente-a-la-desinformacion/	
Fundación Maldita.es	Training on Disinformation for a Just Transition in the Built Environment (Formación sobre desinformación para una transición justa en el entorno construido)	Estatal			
Fundación Maldita.es	Curso para creadores de contenido para combatir la desinformación durante eventos climáticos extremos	Estatal		https://panoramacomunidad.es/contenidos/ , https://www.instagram.com/reel/DQZp0qtDEz0/?igsh=MTRpeGx6bzlvZ2l0Yg%3D%3D , https://www.instagram.com/p/DQY7-r4jFGO/	
Fundación Maldita.es	Cómo abordar la desinformación y los bulos que afectan a las entidades sociales	Estatal	https://www.plataformatercersector.es/plataforma-tercer-sector-organiza-ciclo-formativo-abordar-desinformacion-bulos-que-afectan-entidades-sociales/		https://www.linkedin.com/posts/plataformatercersector_tercersector-desinformacion-activity-7320415827227234306-pWM5?utm_source=share&utm_medium=member_desktop&rcm=ACoAAAY0Xx8Bzg1yRDZJ26tZoZPe4oNyJN0vUhg
Fundación Maldita.es	Level up Levelling Up Media Literacy Education for Older Europeans through Gamification	Estatal	https://maldita.es/nosotros/20241217/maldita-levelup-fortalecer-resiliencia-mayores-desinformacion/	https://www.helpage.es/lanzamiento-de-level-up-un-proyecto-cofinanciado-por-la-union-europea-para-las-personas-mayores-en-europa-frente-a-la-desinformacion/	
Fundación Maldita.es	Jornada juventud antibulera	Estatal	https://maldita.es/nosotros/20240614/maldita-forma-80-jovenes-lucha-contra-desinformacion-jornada-juventud-antibulera/		
Oxfam (Reportado por Maldita)	La fábrica de bulos	Estatal			
Plataforma de la Infancia y Maldita.es	Campamento Juventud Antibulera	Estatal	https://www.plataformadeinfancia.org/cibercorresponsales-se-une-la-lucha-contra-la-desinformacion-en-internet-en-el-campamento-juventud-antibulera-organizado-por-maldita-es/	https://www.youtube.com/watch?v=4wMafqu3PeM , https://www.youtube.com/watch?v=vtB8V4KtjU , https://www.youtube.com/watch?v=N7EFIBkzkK8	https://www.plataformadeinfancia.org/cibercorresponsales-y-maldita-es-se-unen-ante-los-bulos/
Secretariado Gitano (Reportado por Maldita)	Realización del servicio de creación y digitalización de contenidos de e-learning de alfabetización mediática	Estatal		HTTPS://WWW.GITANOS.ORG/ACTUALIDAD/UN-CENTENAR-DE-ESTUDIANTES-GITANOS-Y-GITANAS-REFLEXIONAN-SOBRE-REDES-SOCIALES-Y-LA-HISTORIA-DEL-PUEBLO-GITANO/ , HTTPS://WWW.LAVANGUARDIA.COM/SOCIEDAD/20251017/11169927/CENTENAR-ESTUDIANTES-GITANOS-REFLEXIONAN-SABADO-MADRID-SOBRE-REDES-SOCIALES-E-HISTORIA-PUEBLO-AGENCIASLV20251017.HTML	
Unión de Televisores Comerciales, UTECA	Jornada Anual UTECA	Estatal	https://uteca.tv/la-presidenta-de-la-cnmc-cani-fernandez-aboga-por-un-desarrollo-del-sector-audiovisual-donde-los-agentes-que-compitan-por-audiencias-parecidas-tengan-obligaciones-semejantes/ , https://uteca.tv/jornada-uteca-2024-mesa-redonda-la-desproteccion-de-los-menores-en-las-redes-sociales	https://uteca.tv/jornada-uteca-2024-mesa-redonda-el-valor-social-de-los-medios-de-comunicacio , https://uteca.tv/mesa-redonda-la-regulacion-en-el-nuevo-orden-tecnologico-mundial	
Unión de Televisores Comerciales, UTECA	Barómetro UTECA	Estatal	https://uteca.tv/barometro-2023-la-percepcion-social-de-la-television-en-aberto	https://uteca.tv/barometro-uteca-2024-sobre-la-percepcion-social-de-la-television-en-aberto/	
Unión de Televisores Comerciales, UTECA	Foro Desinformación de Seguridad Nacional	Estatal			https://www.dsn.gob.es/es/publicaciones/otras-publicaciones/Foro-desinformacion-ambitoSN-trabajos2023 , https://www.dsn.gob.es/es/publicaciones/otras-publicaciones/trabajos-foro-contra-campanas-desinformacion-iniciativas-2024
Unión de Televisores Comerciales, UTECA	Jornada UTECA y DIRCOM: Seguridad Nacional y campañas de desinformación: el papel de los medios, las empresas y la gestión de crisis	Estatal			

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

Unión de Televisores Comerciales, UTECA	Protocolo general de colaboración de lucha contra el fraude financiero (PAFF)	Estatal	https://www.cnmv.es/portal/aldia/detalle-evento?id=27		
ACPP y Maldita.es	Propuesta formativa para luchar contra desinformación y los discursos de odio en redes sociales	Andalucía			
Cruz Roja Española (ámbito Andalucía)	Programa Clik A 2022-2025	Andalucía	Las publicaciones en el perfil de Instagram del proyecto se han consolidado como una herramienta clave de divulgación y sensibilización para promover un uso seguro, crítico y responsable de la tecnología digital entre personas de todas las edades. A través de contenidos visuales accesibles y dinámicos, se abordan temas como la privacidad en redes sociales, la detección de noticias falsas, el pensamiento crítico digital, la reputación online y la seguridad en el entorno digital. Estas publicaciones están diseñadas desde una perspectiva de alfabetización mediática, fomentando la reflexión sobre el consumo de información, el uso ético de los medios digitales y la protección frente a la desinformación. Además, se han utilizado como apoyo en talleres, formaciones y campañas, ampliando su impacto más allá del entorno digital	Desde noviembre de 2022 hasta octubre de 2025, el proyecto Click_A ha desarrollado una estrategia de comunicación digital centrada en la sensibilización y formación sobre el uso seguro y responsable de la tecnología, con especial énfasis en la alfabetización mediática, con publicaciones prácticamente diarias en Post y Stories. El perfil de Instagram ha sido una herramienta clave para: •Difundir contenidos educativos sobre privacidad digital, pensamiento crítico, desinformación, reputación online y ciberseguridad. •Promover campañas temáticas como el Día de Internet Segura, el Mes de la Alfabetización Mediática, y acciones específicas con Cruz Roja Juventud. •Visibilizar actividades presenciales como talleres, formaciones, sesiones en centros educativos y recursos residenciales. •Compartir recursos visuales como infografías, videos cortos y testimonios que fomentan la reflexión crítica sobre el uso de redes sociales y medios digitales. •Impulsar la participación del voluntariado digital, mostrando su papel en la formación de colectivos vulnerables.	• Click_A Voluntariado Digital (@clicka_cre) • Fotos y videos de Instagram • RAEMAV-inicio – Consejo Audiovisual de Andalucía
APM Madrid (Reportado por Maldita)	Formación para periodistas en desinformación y herramientas de verificación	C. de Madrid			
Barriometrajes	Baobab	C. de Madrid		https://pueblosunidos.org/2025/05/29/baobab-cine-con-raices-suenos-y-comunidad/	https://www.youtube.com/watch?v=McSxG0IT8FI
Barriometrajes	Herramientas móviles para la transformación social	C. de Madrid	https://www.espaciogeranios.com/blog/jovenes-por-la-interculturalidad-e-igualdad-de-genero-en-tetuan/		https://www.youtube.com/watch?v=IfVDj68QjSk
Cines Zoco Majadahonda	Comisión Educación Cines Zoco Majadahonda	C. de Madrid	https://cineszocomajadahonda.org/educacion/		
Fundación de la Escuela de Cinematografía y del Audiovisual de la Comunidad de Madrid (ECAM)	Medida de alfabetización mediática incluidas en el currículum académico	C. de Madrid	https://www.youtube.com/watch?v=bTEXz5i_J1k&list=PLRZaZHrK7N8K03oI_Gk7XBAUDQuyREa&index=6,https://ecam.es/tag_accion/orbita-cine/.chrome-extension://efaidnbmnnibpcapcgcglefindmkaj/https://ecam.es/media/Orbita-Cine.pdf,https://orbitacine-ecam.es/	https://www.audiovisual451.com/orbita-cine-el-programa-de-innovacion-educativa-de-la-ecam-anuncia-la-apertura-de-su-convocatoria-2024-2025/,https://site.educa.madrid.org/ies.satafi.getafe/index.php/2025/03/13/proyecto-orbita-cine-experiencia-con-alumnos/,https://iesgerardodiego.com/proyecto-orbita-cine/,https://rubik-audiovisual.com/orbita-cine-abre-la-convocatoria-2024-2025-para-su-programa-de-la-ecam,https://box-office.es/news/el-programa-de-innovacion-educativa-de-la-ecam-orbita-cine-abre-convocatoria/,https://www.educa2.madrid.org/web/revista-digital/inicio/-/visor-orbita-cine-el-programa-de-innovacion-educativa-que-integra-el-cine-en-las-aulas2,https://cproviendo.es/curso-orbita-cine-el-cine-dentro-del-aula,https://www.platinoeduca.com/PEB_Post.aspx?P=52,https://culturalcala.es/item_event/orbita-lab-de-creacion/	
Fundación Maldita.es	Desinformación específica en el entorno LGTBQ+ para Fundación 26 de diciembre	C. de Madrid			
Fundación Telefónica (Reportado por Maldita)	Talleres Alfabetización Mediática para la Fundación Telefónica	C. de Madrid	https://espacio.fundaciontelefonica.com/evento/timos-a-traves-del-movil/	https://espacio.fundaciontelefonica.com/evento/taller-inteligencia-artificial-y-desinformacion/	https://espacio.fundaciontelefonica.com/evento/combatir-desinformacion-aula/
Red ACCOE (Reportado por Maldita)	Cómo detectar y afrontar la desinformación sobre personas migrantes.	C. de Madrid			
Asociación Cultura, Educación e Innovación Social (ACEIS)	Programa de Cineclubs escolares Aulafilm de Soria	Castilla y León, Estatal	https://aulafilm.com/programas/cineclubsensoria	https://www.soria.es/es/actualidad/mas-de-2000-estudiantes-asistiran-en-los-cines-mercado-las-matinales-de-los-cineclubs,https://www.desdesoria.es/articulo/capital/el-ayuntamiento-trabaja-con-aulafilm-la-creacion-de-cine-clubs-en-los-centros-escolares/20220615121638624991.html,https://www.europress.es/castilla-y-leon/noticia-ayuntamiento-soria-trabaja-aulafilm-crear-cineclubs-centros-escolares-20220615123300.html,https://www.eldiasoria.es/Noticia/Z04CC6ECB-DE5A-B575-0FFF307DFAEF9683/202206/El-Ayuntamiento-estudia-crear-cine-clubs-en-colegios,https://www.heraldodiariodesoria.es/cultura/231220/157197/ayuntamiento-soria-impulsa-aulafilm-programa-cine-centros-educativos.html	
Associació Cultural Mobiband	Mi Primer Festival de Cine	Catalunya, C. de Madrid, Castilla y León, Aragón, C. F. de Navarra	https://primerfestivaldecine.com/	https://drive.google.com/open?id=1f7fhXkZ4VEkAHUWlzcrvsPknZ0lXm2v8&usp=drive_fs	

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

Unión de Televisores Comerciales, UTECA	Campaña publicitaria UTECA 2023	Estatal	https://vimeo.com/849386784?share=copy		
Fundación Academia de Cine	Trascámara - Programa educativo de la Academia de Cine	Estatal, C. de Madrid	https://www.academiacine.com/trascamara/	https://www.academiacine.com/trascamara/	https://www.academiacine.com/pdfs/guia-trascamara-direccion-y-diseno-de-vestuario/
Colectivo Universitarios Activos - CUAC	I Congreso Internacional de Alfabetización Mediática en Medios de Comunicación	Galicia			
Call DIGITAL-2023-DEPLOY-04, European Digital Media Observatory (EDMO) – National (Reportado por Maldita) and multinational hubs; referencia: IBERIFIER Plus - 101158511	Iberifier e Iberifier Plus	Estatal	https://iberifier.eu/news/ ; https://www.uvigo.gal/universidade/comunicacion/duvi/malditaes-achega-ao-alumnado-claves-espertar-pensamiento-critico-era-infoxicacion		
S.M.E. Instituto Nacional de Ciberseguridad de España M.P., S.A. (INCIBE)	Servicios, iniciativas y recursos para la sensibilización, formación y asesoramiento en alfabetización mediática, desarrollados en el marco de las iniciativas de conocimiento y concienciación de ciberseguridad para la ciudadanía y los menores, por parte del Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE)	Estatal	https://www.incibe.es/ciudadania/blog/vuelve-experiencia-senior , https://www.incibe.es/ciudadania/experiencia-senior , https://www.incibe.es/ciudadania/blog/bulos-y-noticias-falsas-no-te-creas-todo-lo-que-lees , https://www.incibe.es/ciudadania/tematicas/bulos-fake-news , https://www.incibe.es/menores/blog/sabes-como-actuar-ante-el- acceso-de-tu-hijo-a-un-contenido-inadecuado , http://incibe.es/menores/blog/si-te-perdiste-nuestro-primer-curso-online-para-familias-sobre-uso-seguro-y , https://www.incibe.es/menores/tematicas/contenido-inadecuado , https://www.incibe.es/eventos/sid , https://www.incibe.es/menores/educadores/plan-de-accion-tutorial , https://www.incibe.es/experiencia-incibe , https://www.incibe.es/menores/educadores/materiales-didacticos/talleres-online , https://www.incibe.es/menores/blog/docentes-este-curso-de-ciberseguridad-es-para-vosotros , https://enlinea.intef.es/courses/course-v1:INTEF+MenorSeguroEnRed+2023_T4/about , https://online.orangedigitalcenter.es/courses/como-navegar-de-forma-segura-en-familia-protegiendo-y-educando-online-2	https://www.65ymas.com/ciberseguridad/recomendaciones-incibe-detectar-fake-news_71884_102.html , https://www.65ymas.com/ciberseguridad/como-detectar-bulos-no-cuelen-noticias-falsas_71515_102.html , https://www.diariosigloxxi.com/texto-diario/mostrar/5452624/incibe-lanza-renovada-seccion-experiencia-senior , https://www.estrelladigital.es/articulo/vida/eres-persona-mayor-temes-fraudes-internet-incibe-pone-alcance-recursos-gratuitos , https://protegerse/20251009171541436508.html , https://www.elplural.com/el-telescopio/tech/compras-seguras-internet-mayores-consejos-incibe_362363102.html , https://www.rve.es/play/audios/no-es-un-dia-cualquiera/no-dia-cualquiera-ciberseguridad-incibe/16691469.html , https://www.leonoticias.com/comarcas/incibe-inicia-robla-roadshow-experienciaincibe-preve-llegar-20231108161119.html , https://cadenaesr.com/cmadrid/2024/01/23/la-ciberseguridad-a-pie-de-calle-para-aprender-y-divertirse-con-el-roadshow-experiencia-incibe-ser-madrid-sur.html , https://www.diariodeleon.es/leon/251011/2062449/incibe-saca-calle-seguridad-redes-jovenes.html , https://www.leonoticias.com/leon/incibe-conmemora-dia-internet-numerosas-actividades-concienciacion-20230517130932.html , https://infonortedigital.com/art/165754/incibe-conmemora-el-dia-de-internet-connumerosas-actividades-de-concienciacion.html , https://www.casareal.es/ES/Actividades/Paginas/actividades_actividades_detalle.aspx?data=16011 , https://fundacion.atresmedia.com/actualidad/fundacion-atresmedia-colaobra-incibe-dia-internet-segura-2024_2024020665c20b82327cdd000149597d.html , https://www.eldiariodemadrid.es/articulo/madrid/dia-internet-segura-2025-reune-27000-estudiantes-fomentar-uso-responsable-red/20250212081706090445.html , https://www.europapress.es/castilla-y-leon/noticia-cerca-27000-alumnos-participan-taller-dia-internet-segura-2025-organizado-incibe-20250211175014.html , https://www.heraldodeleon.es/articulo/leon/27000-alumnos-participan-taller-dia-internet-segura-2025-organizado-incibe/20250211142450009441.html , https://leon24horas.net/leon/incibe-imparte-el-martes-un-taller-online-para-centros-educativos-con-motivo-del-dia-de-internet/ , https://iymagazine.es/noticia/7390/formacion/taller-online-del-incibe-para-celebrar-el-dia-de-internet-2025-en-centros-educativos.html , https://www.aepd.es/prensa-y-comunicacion/blog/apuntate-al-curso-gratuito-para-docentes-educar-en-seguridad-y/ , https://www.educacionrespuntocero.com/formacion-docente/privacidad-digital-mefp/ , https://www.tecnonews.info/noticias/boletin_de_incibe_del_3_de_noviembre_de_2023 , https://espanadigital.gob.es/en/actualidad/abierta-la-inscripcion-para-el-curso-de-ciberseguridad-diligido-docentes , https://www.educa2.madrid.org/web/albor/presentacion/ , https://visor/educar-en-seguridad-y-privacidad-digital-3-edicion- , https://blog.orange.es/responsabilidad-social-corporativa/orange-incibe-curso-online-navegar-seguro-familias/ , https://www.lavanguardia.com/economia/20231120/9391369/orange-e-incibe-lanzan-curso-fomentar-seguro-internet-familias-agenciaslv20231120.html , https://derechodelared.com/2023/11/20/incibe-orange-navegacion-segura-en-familia/ , https://ciberseguridaddegalicia.gal/es/actualidad/noticias/segunda-edicion-del-curso-online-como-navegar-de-forma-segura-en-familia/ , https://coitcv.org/2024/02/19/2a-edicion-del-curso-virtual-de-seguridad-en-linea-para-familias-de-incibe-y-orange/	

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

				https://cybersecuritynews.es/ncibe-y-orange-colaboran-para-fomentar-la-seguridad-online-entre-las-familias/	
Insitución de la Unión Europea (Oficina del Parlamento Europeo en España) (Reportado por Maldita)	Europa Frente a la Desinformación	Estatal			
Las Espiadoras, S.L.	Aulafilm	Estatal	https://aulafilm.com	https://aulafilm.com/programas , https://aulafilm.com/acerca-de/Prensa	https://aulafilm.com/recursos , https://aulafilm.com/peliculas , https://aulafilm.com/cines , https://aulafilm.com/organizaciones
Las Espiadoras, S.L.	AulafilmFest. La gran fiesta del cine infantil y juvenil	Estatal	https://aulafilm.com/programas/aulafilmfest , https://aulafilm.com/programas/aulafilmfest/escolares , https://aulafilm.com/programas/aulafilmfest/podcast , https://aulafilm.com/programas/aulafilmfest/programafamilias , https://aulafilm.com/programas/aulafilmfest/talleres	https://www.timeout.es/madrid/es/noticias/miyazaki-flow-lynch-este-festival-de-cine-infantil-y-juvenil-llega-a-madrid-solo-durante-dos-dias-031325 , https://www.paseandoamisscultura.com/2025/02/nace-aulafilmfest-la-fiesta-para.html , https://www.20minutos.es/noticia/5692810/0/planes-para-fin-semana-madrid-noches-baile-talleres-silvestres-cine-familiar-poiesia/ , https://www.audiovisual451.com/madrid-acoge-la-primer-edicion-aulafilmfest-que-reivindica-la-importancia-de-la-transmision-cultural-del-cine-desde-la-escuela/ , https://www.20minutos.es/cinemania/noticias/ninos-cine-festival-aulafilmfest-5692830/ , https://kinotico.es/industria/2025-03-26/reportaje-aulafilmfest-fiesta-para-acercar-ninos-cine-y-hackear-algoritmo , https://t3.newsletterelpais.com/nl/jsp/m.jsp?c=%40%2BWzDcckv0yar1ywxcBFyFX4oPQ08%2BKFvipjkGPIA1Y%3D , https://cadenaser.com/audio/ser_madrid_hoyporhoymadrid_20250321_122301_140000?ssm , https://www.rtve.es/play/audios/radioactivas-en-radio-5/primera-edicion-aulafilmfest-cine-como-herramienta-educativa/16498550/	
Universidad de Finlandia (Reportado por Maldita)	HATEDEMICS (Escaping New Disinformation through GAmified cross-border Media literacy Education)	Estatal	https://endgameproject.github.io/		
Las Espiadoras, S.L.	Aulafilm Learning Lab	C. de Madrid	https://aulafilm.com/programas/creativeflip/LearningLabb		https://www.youtube.com/watch?v=lyL6tx6UKBE
Las Espiadoras, S.L.	Programa de Cineclubs escolares Aulafilm de Madrid	C. de Madrid	https://aulafilm.com/programas/cineclubsmadrid , https://aulafilm.com/programas/cineclubsensoria	https://www.20minutos.es/cinemania/noticias/consigue-que-tu-colegio-tenga-su-propio-cineclub-5082245/ , https://www.audiovisual451.com/aulafilm-impulsa-la-creacion-de-cineclubs-escolares-en-los-centros-educativos-de-madrid/ , https://www.cineytele.com/2022/11/23/aulafilm-lanza-la-segunda-convocatoria-para-promover-la-creacion-de-cineclubs-escolares-en-madrid/ , https://www.eldiasoria.es/Noticia/Z04CC6ECB-DE5A-B575-0FFF307DFAEF9683/202206/El-Ayuntamiento-estudia-crear-cine-clubs-en-colegios	https://www.eldiasoria.es/Noticia/Z04CC6ECB-DE5A-B575-0FFF307DFAEF9683/202206/El-Ayuntamiento-estudia-crear-cine-clubs-en-colegios
Universidad de Finlandia (Reportado por Maldita)	ENDGAME (Escaping New Disinformation through GAmified cross-border Media literacy Education)	Estatal	https://endgameproject.github.io/		
ESET Ciberseguridad (Reportado por Maldita)	Que no te timen con el móvil	Estatal			http://www.cibersur.com/cibersur/impe/23038
Fundazione Bruno Kessler (FBK)	HATEDEMICS (Hampering hate speech and disinformation through AI-based technologies to prevent and combat polarisation and the spread of racist, xenophobic, and intolerant speech and conspiracy theories)	Estatal	https://hatedemics.eu/		
Google (Reportado por Maldita)	Bulobus	Estatal	https://bulobus.com	HTTPS://WWW.CIEZA.ES/PORTAL/2015ACTUALIDAD.JSP?SECCION=2015FICHANOTICIA.JSP&CONTENIDO=37545&TIPO=8&NIVEL=1400&LAYOUT=P_129_FINAL_CONTENEDOR9.JSP&CODRESI=1&LANGUAGE=ES&CODMENU=23&CODMENUPN=10.HTTPS://CADERNAPER.COM/NAVARRA/2023/04/11/UN-BULOBUS-PARA-AYUDAR-A-LOS-MAYORES-CONTRA-LOS-TIMOS-EN-INTERNET-RADIO-PAMPLONA/ , HTTPS://WWW.HABLANDOENPLATA.ES/VIDA/BULOBUS-AUTOBUS-QUE-RECORRE-ESPAÑA-AYUDA-MAYORES-DETECTOR-ESTAFAS-INTERNET_2023041264369611F7CB370001F0A92D.HTML	

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

The Guardian Foundation (Reportado por Maldita)	SEMS Europe: Short and Effective Media Literacy Service in Europe	Estatal	https://maldita.es/nosotros/20241209/maldita-sems-europa-cursos-whatsapp-espana-alemania-belgica/		
Unión Europea (Reportado por Maldita)	QYourself	Estatal	https://maldita.es/nosotros/20240729/qyourself-alfabetizacion-mediatica-escuelas-europa/		
El País (Reportado por Maldita)	Desinformación y herramientas de verificación para periodistas	C. de Madrid			
Periódico NuevoCuatroUno (nuevecuatrouno.com)	Primera Plana	La Rioja	https://nuevecuatrouno.com/2024/10/22/primaria-plana-estudiantes-proyecto-educativo-periodismo/	https://nuevecuatrouno.com/2025/06/22/rioja-logrono-nuevecuatrouno-primaria-plana-alumnos/	
Orange Digital Center (Reportado por Maldita)	¿Me puedo fiar? Cómo identificar la desinformación en el mundo digital	Estatal	https://online.orangedigitalcenter.es/courses/239		
Criteriomil/ Mariaje González Flor	Formaciones, asesoría, consultoría, talleres, cursos y conferencias a estudiantes, familias, instituciones y empresas.	Estatal		https://www.eldiario.es/sociedad/mariaje-gonzalez-flor-educar-movil-igual-ensenamos-cruzar-paso-cebra_128_10695763.html , https://www.youtube.com/watch?v=k8zzoPDn4tU , https://profuturo.education/observatorio/conversaciones/alfabetizacion-mediatica-navegando-con-criterio/ , https://profuturo.education/observatorio/experiencias-inspiradoras/los-10-videos-del-observatorio-que- tienes-que-ver/ , https://www.eldiario.es/sociedad/haber-nacido-digital-no-suficiente-adolescentes-tragan-bulos-redes_1_11685138.html , https://telos.fundaciontelefonica.com/telos-124-inclusion-asuntos-de-comunicacion-mariaje-gonzalez-la-tecnologia-con-criterio/ , https://www.diariodeibiza.es/ibiza/ido/2024/10/18/els-consells-mariaje-gonzalez-per-109566053.html , https://www.periodicodeibiza.es/pitiusas/ibiza/2024/05/16/2164579/pantallas-digitales-pacto-sobre-redes-debe-ser-dentro-cada-familia-cada-hijo-porque-son-diferentes.html , https://open.spotify.com/episode/5oHQ9wxcXlfLWfrijX7X6e?si=a640e67bf0834556&nd=1& , https://radioconvos.com.ar/alfabetizacion-mediatica-e-informacional-mariaje-gonzalez-flor/	https://criteriomil.com/ , https://criteriomil.com/es-lo-mismo-alfabetizacion-mediatica-y-digital/

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

10. ANEXO II – ENLACES FACILITADOS POR LOS PRESTADORES DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (ESTATAL Y AUTONÓMICO)

Listado de Prestadores de servicios de comunicación audiovisual de ámbito estatal y de ámbito autonómico junto con los enlaces que han adjuntado en el reporte de sus medidas.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
13 TV, S.A.	Programación alfabetización mediática	Estatal	https://www.cope.es/trecet/programas/el-cascabel/noticias/especialista-ciberseguridad-alerta-sobre-hackers-cibercrimen-negocio-20250206_3091381.html ; https://www.cope.es/trecet/programas/trece-al-dia/noticias/cuidado-recibes-mensaje-dgt-multa-pendiente-estafa-cayendo-gente-20250130_3087154.html ; https://www.cope.es/trecet/programas/trece-al-dia/noticias/experto-derecho-digital-los-clientes-del-santander-pueden-estar-razonablemente-tranquilos-20240514_3297804.html ; https://www.cope.es/religion/hoy-en-dia/iglesia-espanola/noticias/archiveros-iglesia-reunen-palencia-sede-primer-a-universidad-espana-digitalizar-patrimonio-complicado-20250911_3211667.html ; https://www.cope.es/trecet/programas/la-gran-pregunta/videos/gran-pregunta-febrero-2024-20240203_2460933.html ; https://www.cope.es/trecet/programas/la-gran-pregunta/videos/gran-pregunta-19-enero-2025-20250120_3079763.html		
13 TV, S.A.	Campaña de información sobre el proceso de resintonización por el cambio a HD	Estatal	https://www.cope.es/trecet/programas/trece-al-dia/videos/que-tengo-que-hacer-para-resintonizar-television-segundo-trece-20200911_1215739.html ; https://www.cope.es/trecet/noticias/acaba-plazo-para-resintonizar-que-hacer-ver-trece-television-20201002_925299.html		
13 TV, S.A.	Atención al espectador	Estatal	https://www.cope.es/aviso-legal-trece.html		
13 TV, S.A.	Cartelas de contenido	Estatal			
13 TV, S.A.	Descriptores de contenido	Estatal			
13 TV, S.A.	Barómetro UTECA sobre la percepción social de la televisión en abierto	Estatal	https://uteca.tv/wp-content/uploads/2024/11/INFORME-BAROMETRO-UTECA-2024-SOBRE-PERCEPCION-SOCIAL-TELEVISION-EN-ABIERTO.pdf ; https://uteca.tv/wp-content/uploads/2023/10/INFORME-BAROMETRO-UTECA-2023-LA-PERCEPCION-SOCIAL-DE-LA-TV-EN-ABIERTO.pdf		
13 TV, S.A.	Visitas a las instalaciones de TRECE	Estatal			
13 TV, S.A.	Información completa y detallada sobre la programación emitida	Estatal	https://www.cope.es/trecet/programacion		
ABS-CBN SPAIN, S.L.U.	Medida 1	Estatal			
Brenrose Spain, S.L.	Mejorar el pensamiento crítico de la audiencia al ver noticias mundiales	Estatal	https://www.youtube.com/playlist?list=PLOkVmI5YVmkmOBsz0TyExCrtKnsDWCr0q		
Canal Cosmopolitan Iberia, S.L. / COSMO TV	Difusión de campañas de sensibilización juvenil	Estatal			https://fad.es/campana/abre-la-puerta-de-su-mundo-digital/
Canal Cosmopolitan Iberia, S.L. / COSMO TV	Visibilidad y diversidad LGTBI	Estatal			https://mailchi.mp/cosmopolitan/este-sabado-cosmo-estrena-deportistas-lgtbi-el-valor-de-ser-visibles
Cinetel Multimedia, S.L.	Sin nombre	Estatal	https://masmediatv.es ; https://contenidostv.es		
Comunidad Filmin, S. L.	Acermando la cultura a través del cine	Estatal	https://www.filmin.es/canal/filmin-books , https://www.filmin.es/canal/filmin-arts , https://www.filmin.es/canal/filmin-photo , https://www.filmin.es/canal/clasica , https://www.filmin.es/canal/my-opera-by-teatro-real		
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	La aventura del saber	Estatal			
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	"Desafío Digital" Proyecto Generación D	Estatal	https://www.rtve.es/play/videos/programa/jaque-ciberdelincuente-detectar-estafas/6921516/	https://www.rtve.es/play/colecciones/aprende-con-el-desafio-digital/2590/ ; https://www.rtve.es/play/videos/programa/somos-desafio-digital/7010125/	

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Impulsa Visión RTVE - Ayudas a la Investigación	Estatal	https://www.rtve.es/corporacion/impulsavision/ ; https://www.rtve.es/rtve/20251020/abierta-viii-convocatoria-impulsa-vision-rtve-ayudas-investigacion-estudios-materes-oficiales/16778293.shtml	https://www.rtve.es/rtve/20250710/rtve-acoge-jornada-disursos-odio-vii-convocatoria-impulsa-vision-ayudas-a-investigacion/16658253.shtml ; https://www.raing.es/pdf/eventos/invitacion_viii_convocatoria_impulsa_vision_rtve_29_10_2025.pdf ; https://www.rtve.es/rtve/20241213/impulsa-vision-rtve-ayudas-a-la-investigacion-vii-convocatoria-experiencia-estudiantes-premio-ayuda/16371095.shtml ; https://www.rtve.es/rtve/20241115/impulsa-vision-rtve-entrega-de-diplomas-vi-convocatoria-ayudas-a-la-investigacion-tfm-rtve/16332546.shtml ; https://www.rtve.es/rtve/20240312/resultados-vi-convocatoria-impulsa-vision-rtve-ayudas-a-investigacion/16011148.shtml ; https://www.rtve.es/rtve/20231129/impulsa-vision-entrega-diplomas-su-v-convocatoria-ayudas-a-investigacion/2463745.shtml ; https://www.rtve.es/rtve/20230210/rtve-participa-jornada-conmemorativa-del-dia-internacional-mujer-nina-ciencia/2425146.shtml	https://www.rtve.es/rtve/20250804/antonio-moreno-cediel-seleccionado-por-impulsa-vision-rtve-ayudas-a-investigacion-recibe-matricula-honor-su-tfm/16686798.shtml ; https://www.rtve.es/rtve/20241213/impulsa-vision-rtve-ayudas-a-la-investigacion-vii-convocatoria-experiencia-estudiantes-premio-ayuda/16371095.shtml ; https://www.rtve.es/rtve/20241211/jorge-rodriguez-impulsa-vision-rtve-ayudas-a-la-investigacion-tfm-iasonido-descargar/16367480.shtml ; https://www.rtve.es/rtve/20250220/ane-amondarain-congreso-alfamed-investigacion-internacional-ayudas-a-la-investigacion-impulsa-vision-rtve-educacion-sexual/16458520.shtml ; https://wwwCOPE.es/actualidad/economia/noticias/impulsa-vision-rtve-lanza-convocatoria-ayudas-investigacion-dotadas-con-10000-euros-cada-una-20231016_2950873 ; https://produccionaudiovisual.com/produccion-cine/impulsa-vision-rtve-ayudas-investigacion-nuevas-narrativas-formatos-audiovisuales/ ; https://www.europapress.es/epsocial/responsables/noticia-impulsa-vision-rtve-convoca-tres-ayudas-investigacion-estecurso-academico-dotadas-10000-euros-cada-20221123174205.html ; https://www.elconfidencialdigital.com/articulo/actualidad/impulsa-vision-rtve-convoca-ayudas-investigacion-estecurso-academico-dotadas-10000-euros-cada-20221123174321482239.html ; https://www.elconfidencialdigital.com/articulo/actualidad/impulsa-vision-rtve-lanza-iii-convocatoria-ayudas-investigacion-trabajos-fin-master/2020091 ; https://www.panoramaaudiovisual.com/ar/2023/10/17/abierta-convocatoria-vi-edicion-ayudas-investigacion-impulsa-vision-rtve/ ; https://emprenderycrecer.emprenemjunts.es/?op=8&n=20118 ; https://tmbroadcast.es/index.php/ganadores-de-la-i-convocatoria-de-impulsa-vision-ayudas-a-la-investigacion-de-rtve/ ; https://www.panoramaaudiovisual.com/2019/05/08/rtve-entrega-diplomas-impulsa-vision-ayudas-investigacion/ ; https://www.europapress.es/sociedad/noticia-impulsa-vision-rtve-lanza-vi-convocatoria-ayudas-investigacion-dotadas-10000-euros-cada-20231016185010.html

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Red de Cátedras de RTVE de investigación aplicada al sector audiovisual	Estatal	https://www.rtve.es/corporacion/catedras-rtve/	https://www.rtve.es/corporacion/catedras-rtve/noticias/	https://www.europapress.es/andalucia/sevilla-00357/noticia-red-catedras-rtve-homenajea-profesor-us-manuel-angel-vazquez-medel-20230905163216.html#google_vignette , https://www.cerdanyolactiva.cat/la-uab-i-rtve-creen-la-catedra-la-innovacio-dels-informatius-la-societat-digital/ , https://www.europapress.es/sociedad/noticia-primer-reunion-catedras-rtve-concluye-objetivo-comun-coordinar-estfuerzos-20220610141521.html , https://www.panoramaaudiovisual.com/2024/02/22/upm-rtve-colaboracion-catedra/ , https://infonegociosgalicia.es/enfoque-2/rtve-incorpora-una-plataforma-de-la-creada-por-eviden-llamada-iveres-para-detectar-informaciones-falsas , https://tmbroadcast.es/index.php/rte-universidad-de-santiago-investigacion-medio-publico-europeo/ , https://www.europapress.es/sociedad/noticia-catedra-rtve-upm-presenta-nivel-mundial-primer-emision-piloto-senal-uhd-8k-dvb-t2-20201021143602.html , https://tmbroadcast.es/index.php/iveres-rte-resultados-ia-contra-desinformacion/ , https://novosmedios.gal/es/2023/12/05/libro-innovacion-television-publica-europa-catedra-rtve-usc
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	La manosfera al descubierto (Lab RTVE)	Estatal	https://lab.rtve.es/manosfera-machismo/pildora/antifeminismo , https://lab.rtve.es/manosfera-machismo/pildora/estereotipos-genero , https://lab.rtve.es/manosfera-machismo/pildora/sexualidad-pareja , https://lab.rtve.es/manosfera-machismo/pildora/violencia-genero , https://lab.rtve.es/manosfera-machismo/pildora/exito-masculino	https://www.tictoc.es/noticia/7244/television/rtve-investiga-el-machismo-digital-en-la-manosfera.html , https://www.mundoplus.tv/tv-digital/el-lab-de-rtve-analiza-el-nuevo-machismo-online-en-la-manosfera-al-descubierto/ , https://podcasts.apple.com/es/podcast/la-ventana/id290139091 , https://observatoriodeviolenciasexual.org/manosfera/ , https://www.youtube.com/watch?v=zv7sx2WGQOM , https://www.periodismociudadano.com/de-matrix-a-tiktok-asi-difunde-la-manosfera-el-discurso-antifeminista-en-redes/	https://www.rtve.es/noticias/20250304/manosfera-comunidades-misoginas-antifeministas-internet/16468685.shtml
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	RTVE Play - Programa Literal	Estatal	https://www.rtve.es/play/videos/literal/		
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Informaciones en los Telediarios	Estatal	https://www.rtve.es/noticias/verificartve/		
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	RNE - Programa "Cruce de Cables"	Estatal	https://www.rtve.es/play/audios/cruce-de-cables/		
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Proyecto “Identificación, verificación y respuesta. El estado democrático ante el reto de la desinformación interesada” (IVERES).	Estatal	https://iveres.es/	https://iveres.es/presentacion-final-del-proyecto-iveres/ , https://iveres.es/estategias-innovadoras-contradesinformacion-rtve-proyecto-iveres-rigall/ , https://iveres.es/ciencia-vs-fake-news-desenmascarando-ladesinformacion-en-redes-sociales/ , https://iveres.es/presentacion-final-del-proyecto-iveres/ , https://www.rtve.es/rtve/20221026/rtve-universidad-granada-presentan-proyecto-iveres-2407113.shtml , https://iveres.es/el-instituto-rtve-organiza-junto-a-la-forta-un-encuentro-sobre-el-proyecto-iveres-identificacion-verificacion-y-respuesta/ , https://iveres.es/verificando-la-information-mapping-de-proyectos-en-el-congreso-internacional-nodos-del-conocimiento/ , https://iveres.es/taxonomia-de-fact-checkers-tipologia-de-servicios-y-redes/ , https://012media.es/noticias/agencia-sinc-el-rigor-cientifico-frente-a-una-sociedad-polarizada/ , https://www.panoramaaudiovisual.com/2022/09/21/verdades-medias-verdades-oslo-claves-tecnologicas-fact-checking/ , https://www.panoramaaudiovisual.com/2022/11/30/europa-desinformacion-inteligencia-artificial-alianzas/ , https://eldiariodelaeducacion.com/extraeducacion/2023/02/20/periodismo-e-inteligencia-artificial-10-reflexiones-10-desafios/ , https://012media.es/uncategorized/el-proyecto-iveres-se-presenta-ante-150-personas-en-la-jornada-science-needs-you/ , https://012media.es/uncategorized/el-proyecto-iveres-sera-presentado-en-madrid-en-la-oficina-espanola-del-parlamento-europeo-2/	

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa de televisión 'Seguridad Vital 5.0'. Capítulo emitido el 14/4/2024 en La 2. Proyecto 'Proyecto Generación D'	Estatal	https://www.rtve.es/play/videos/seguridad-vital-50/50-14-04-24/16059937/	https://www.rtve.es/rte/20240412/2-estrena-nueva-temporada-seguridad-vital-50/16057640.shtml , https://www.rtve.es/rte/20240314/comienzan-grabaciones-seguridad-vital-50/16015181.shtml , https://www.rtve.es/rte/20160519/seguridad-vital-tve-recoge-mencion-honorifica-premios-acex-por-su-contribucion-a-seguridad-vial/1351809.shtml , https://www.rtve.es/rte/20170609/seguridad-vital-recoge-premio-fundacion-cea-por-su-labor-social-prevencion-accidentes/1562172.shtml , https://movilidadconectadagt.com/descubre-seguridad-vital-el-programa-de-television-centrado-en-los-valores-de-la-seguridad-vial-y-la-movilidad/ , https://www.aeca-itv.com/blog/carlos-garcia-hirschfeld-periodista-los-medios-deben-ayudar-a-trasladar-el-mensaje-de-que-la-itv-salva-vidas/ , https://smartmotoriders.com/2024/05/02/seguridad-vital-5-0/ , https://www.informaseguridadvial.es/seguridad-vital-vuelve-a-la-1-en-rtve-con-carlos-garcia-hirschfeld/	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa de televisión 'Seguridad Vital 5.0'. Capítulo emitido el 20/4/2024 en el canal La 2. Proyecto 'Proyecto Generación D'	Estatal	https://www.rtve.es/play/videos/seguridad-vital-50/50-20-04-24/16070216/	https://www.rtve.es/rte/20240412/2-estrena-nueva-temporada-seguridad-vital-50/16057640.shtml , https://www.rtve.es/rte/20240314/comienzan-grabaciones-seguridad-vital-50/16015181.shtml , https://www.rtve.es/rte/20160519/seguridad-vital-tve-recoge-mencion-honorifica-premios-acex-por-su-contribucion-a-seguridad-vial/1351809.shtml , https://www.rtve.es/rte/20170609/seguridad-vital-recoge-premio-fundacion-cea-por-su-labor-social-prevencion-accidentes/1562172.shtml , https://movilidadconectadagt.com/descubre-seguridad-vital-el-programa-de-television-centrado-en-los-valores-de-la-seguridad-vial-y-la-movilidad/ , https://www.aeca-itv.com/blog/carlos-garcia-hirschfeld-periodista-los-medios-deben-ayudar-a-trasladar-el-mensaje-de-que-la-itv-salva-vidas/ , https://smartmotoriders.com/2024/05/02/seguridad-vital-5-0/ , https://www.informaseguridadvial.es/seguridad-vital-vuelve-a-la-1-en-rtve-con-carlos-garcia-hirschfeld/	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa de televisión 'Seguridad Vital 5.0'. Capítulo emitido el 7/7/2024 en el canal La 2 y RTVE Play. Proyecto 'Proyecto Generación D'.	Estatal	https://www.rtve.es/play/videos/seguridad-vital-50/07-07-24/16177469/	https://www.rtve.es/rte/20240412/2-estrena-nueva-temporada-seguridad-vital-50/16057640.shtml ; https://www.rtve.es/rte/20240314/comienzan-grabaciones-seguridad-vital-50/16015181.shtml ; https://www.rtve.es/rte/20160519/seguridad-vital-tve-recoge-mencion-honorifica-premios-acex-por-su-contribucion-a-seguridad-vial/1351809.shtml ; https://www.rtve.es/rte/20170609/seguridad-vital-recoge-premio-fundacion-cea-por-su-labor-social-prevencion-accidentes/1562172.shtml ; https://www.rtve.es/rte/20240314/comienzan-grabaciones-seguridad-vital-50/16015181.shtml , https://www.rtve.es/rte/20160519/seguridad-vital-tve-recoge-mencion-honorifica-premios-acex-por-su-contribucion-a-seguridad-vial/1351809.shtml , https://www.rtve.es/rte/20170609/seguridad-vital-recoge-premio-fundacion-cea-por-su-labor-social-prevencion-accidentes/1562172.shtml , https://movilidadconectadagt.com/descubre-seguridad-vital-el-programa-de-television-centrado-en-los-valores-de-la-seguridad-vial-y-la-movilidad/ , https://www.aeca-itv.com/blog/carlos-garcia-hirschfeld-periodista-los-medios-deben-ayudar-a-trasladar-el-mensaje-de-que-la-itv-salva-vidas/ , https://smartmotoriders.com/2024/05/02/seguridad-vital-5-0/ , https://www.informaseguridadvial.es/seguridad-vital-vuelve-a-la-1-en-rtve-con-carlos-garcia-hirschfeld/	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa de televisión 'Seguridad Vital 5.0'. Capítulo emitido el 16/6/2024 en el canal La 2. Proyecto 'Proyecto Generación D'.	Estatal	https://www.rtve.es/play/videos/seguridad-vital-50/seguridad-vital-50-16-06-24/16149733/	https://www.rtve.es/rte/20240412/2-estrena-nueva-temporada-seguridad-vital-50/16057640.shtml , https://www.rtve.es/rte/20240314/comienzan-grabaciones-seguridad-vital-50/16015181.shtml , https://www.rtve.es/rte/20160519/seguridad-vital-tve-recoge-mencion-honorifica-premios-acex-por-su-contribucion-a-seguridad-vial/1351809.shtml , https://www.rtve.es/rte/20170609/seguridad-vital-recoge-premio-fundacion-cea-por-su-labor-social-prevencion-accidentes/1562172.shtml , https://movilidadconectadagt.com/descubre-seguridad-vital-el-programa-de-television-centrado-en-los-valores-de-la-seguridad-vial-y-la-movilidad/ , https://www.aeca-itv.com/blog/carlos-garcia-hirschfeld-periodista-los-medios-deben-ayudar-a-trasladar-el-mensaje-de-que-la-itv-salva-vidas/ , https://smartmotoriders.com/2024/05/02/seguridad-vital-5-0/ , https://www.informaseguridadvial.es/seguridad-vital-vuelve-a-la-1-en-rtve-con-carlos-garcia-hirschfeld/	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa de televisión 'Seguridad Vital 5.0'. Capítulo emitido el 26/5/2024 en el canal La 2. Proyecto 'Proyecto Generación D'.	Estatal	https://www.rtve.es/play/videos/seguridad-vital-50/50-26-05-24/16120015/	https://www.rtve.es/rte/20240412/2-estrena-nueva-temporada-seguridad-vital-50/16057640.shtml , https://www.rtve.es/rte/20240314/comienzan-grabaciones-seguridad-vital-50/16015181.shtml , https://www.rtve.es/rte/20160519/seguridad-vital-tve-recoge-mencion-honorifica-premios-acex-por-su-contribucion-a-seguridad-vial/1351809.shtml , https://www.rtve.es/rte/20170609/seguridad-vital-recoge-premio-fundacion-cea-por-su-labor-social-prevencion-accidentes/1562172.shtml , https://movilidadconectadagt.com/descubre-seguridad-vital-el-programa-de-television-centrado-en-los-valores-de-la-seguridad-vial-y-la-movilidad/ , https://www.aeca-itv.com/blog/carlos-garcia-hirschfeld-periodista-los-medios-deben-ayudar-a-trasladar-el-mensaje-de-que-la-itv-salva-vidas/ , https://smartmotoriders.com/2024/05/02/seguridad-vital-5-0/ , https://www.informaseguridadvial.es/seguridad-vital-vuelve-a-la-1-en-rtve-con-carlos-garcia-hirschfeld/	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Episodio Anuncios IA / Programa Sin filtros 3,2, 1 / Proyecto GENERACIÓN D.	Estatal	https://www.rtve.es/play/audios/sin-filtros-3-2-1/	https://www.rtve.es/rte/20240703/radio-3-extra-estrena-sin-filtros-3-2-1-reflexion-sobre-era-inmediata/16172654.shtml	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Episodio Música para todos / Programa Sin filtros 3,2, 1 / Proyecto GENERACIÓN D.	Estatal	https://www.rtve.es/play/audios/sin-filtros-3-2-1/	https://www.rtve.es/rte/20240703/radio-3-extra-estrena-sin-filtros-3-2-1-reflexion-sobre-era-inmediata/16172654.shtml	

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Episodio Influencia ciega / Programa Comando actualidad 5.0 / Proyecto GENERACIÓN D	Estatal	https://www.rtve.es/rtve/20240607/comando-actualidad-50-analiza-efectos-redes-sociales-influencia-ciega/16138026.shtml	https://www.rtve.es/rtve/20240315/comando-actualidad-50-analiza-si-domotica-pone-riesgo-intimidad-casa-espia/16016876.shtml , https://www.rtve.es/rtve/20240510/comando-actualidad-50-analiza-evolucion-del-empleo-currar-con-inteligencia/16097304.shtml , https://www.rtve.es/rtve/20240322/comando-actualidad-50-analiza-cierre-cajeros-oficinas-bancarias-ni-contante-ni-sonante/16027626.shtml , https://www.rtve.es/rtve/20240405/comando-actualidad-50-analiza-avances-tecnologicos-para-personas-mayores-como-casa-ningun-lado/16046602.shtml , https://www.rtve.es/rtve/20240412/comando-actualidad-50-analiza-como-se-copia-ahora-examenes-pizarras-pantallas-pinganillos/16057352.shtml , https://www.rtve.es/rtve/20240517/comando-actualidad-50-analiza-delitos-red/16107710.shtml , https://www.rtve.es/rtve/20240426/comando-actualidad-50-analiza-digitalizacion-restauracion-tecnologia-hasta-sopa/16078301.shtml , https://www.rtve.es/rtve/20240614/comando-actualidad-50-analiza-beneficios-internet-pueblo-mundo/16147612.shtml , https://www.rtve.es/rtve/20240531/comando-actualidad-50-analiza-nuevas-tecnologias-medicina-conectados-a-vida/16127860.shtml , https://www.rtve.es/rtve/20240503/comando-actualidad-50-analiza-herramientas-tecnologicas-cambian-experiencias-moverme-sofa/16087311.shtml , https://www.rtve.es/rtve/20240419/comando-actualidad-50-analiza-cambio-ganaderia-pesca-agricultura-internet-cosas-comer/16067430.shtml , https://www.rtve.es/rtve/20240308/comando-actualidad-50-estrena-nueva-etapa-sobre-desafios-digitales/16005598.shtml	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Episodio Delitos en la red / Programa Comando actualidad 5.0 / Proyecto GENERACIÓN D.	Estatal	https://www.rtve.es/rtve/20240517/comando-actualidad-50-analiza-delitos-red/16107710.shtml	https://www.rtve.es/rtve/20240607/comando-actualidad-50-analiza-efectos-redes-sociales-influencia-ciega/16138026.shtml , https://www.rtve.es/rtve/20240315/comando-actualidad-50-analiza-si-domotica-pone-riesgo-intimidad-casa-espia/16016876.shtml , https://www.rtve.es/rtve/20240510/comando-actualidad-50-analiza-evolucion-del-empleo-currar-con-inteligencia/16097304.shtml , https://www.rtve.es/rtve/20240322/comando-actualidad-50-analiza-cierre-cajeros-oficinas-bancarias-ni-contante-ni-sonante/16027626.shtml , https://www.rtve.es/rtve/20240405/comando-actualidad-50-analiza-avances-tecnologicos-para-personas-mayores-como-casa-ningun-lado/16046602.shtml , https://www.rtve.es/rtve/20240412/comando-actualidad-50-analiza-como-se-copia-ahora-examenes-pizarras-pantallas-pinganillos/16057352.shtml , https://www.rtve.es/rtve/20240426/comando-actualidad-50-analiza-digitalizacion-restauracion-tecnologia-hasta-sopa/16078301.shtml , https://www.rtve.es/rtve/20240614/comando-actualidad-50-analiza-beneficios-internet-pueblo-mundo/16147612.shtml , https://www.rtve.es/rtve/20240531/comando-actualidad-50-analiza-nuevas-tecnologias-medicina-conectados-a-vida/16127860.shtml , https://www.rtve.es/rtve/20240503/comando-actualidad-50-analiza-herramientas-tecnologicas-cambian-experiencias-moverme-sofa/16087311.shtml , https://www.rtve.es/rtve/20240419/comando-actualidad-50-analiza-cambio-ganaderia-pesca-agricultura-internet-cosas-comer/16067430.shtml , https://www.rtve.es/rtve/20240308/comando-actualidad-50-estrena-nueva-etapa-sobre-desafios-digitales/16005598.shtml	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa La tirita digital / Sección En internet todos me llaman (5 episodios) / Proyecto GENERACIÓN D.	Estatal	https://www.rtve.es/rtve/20240514/rtve-play-estrena-tirita-digital-programa-multiformato-para-romper-con-brecha-digital/16102673.shtml	https://www.rtve.es/television/20240517/problema-hablar-sexo-youtube/16101529.shtml , https://www.rtve.es/television/20240517/tokenismo-perjudicial-sociedad/16101346.shtml , https://www.rtve.es/television/20240526/como-detectar-imagenes-inteligencia-artificial/16113031.shtml , https://www.rtve.es/television/20240526/grooming-como-detectarlo-evitarlo/16114213.shtml , https://www.rtve.es/television/20240526/compras-linea-como-proteger-datos-derechos/16115793.shtml , https://www.rtve.es/television/20240526/cookies-como-proteger-privacidad/16116585.shtml , https://www.rtve.es/television/20240526/como-proteger-datos-redes-wifi/16114288.shtml , https://www.rtve.es/television/20240617/trucos-whatsapp-no-conocias/16150486.shtml , https://www.rtve.es/television/20240614/como-pedir-clave/16143308.shtml , https://www.rtve.es/television/20240614/como-pedir-dni-electronico/16143315.shtml , https://www.rtve.es/television/20240614/como-obtener-certificado-digital/16143322.shtml , https://www.rtve.es/television/20240618/como-pedir-prestacion-desempleo/16150812.shtml , https://www.rtve.es/television/20240619/como-pagar-multas-online/16150929.shtml , https://www.rtve.es/television/20240531/5-historias-internet-emocionaran/16121473.shtml , https://www.rtve.es/television/20240607/chapas-realidad-virtual-tirita-digital/16132228.shtml , https://www.noticiasdenavarra.com/television/2024/05/31/tirita-digital-formato-acerca-nuevas-8301482.html , https://www.formulatv.com/noticias/blanca-contreras-la-tirita-digital-huir-moderneces-128400/	

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa La tirita digital / Sección Qué no te lién / Proyecto GENERACIÓN D.	Estatal	https://www.rtve.es/rtve/20240514/rtve-play-estrena-tirita-digital-programa-multiformato-para-romper-con-brecha-digital/16102673.shtml	https://www.rtve.es/television/20240517/problema-hablar-sexo-youtube/16101529.shtml , https://www.rtve.es/television/20240517/tokenismo-perjudicial-sociedad/16101346.shtml , https://www.rtve.es/television/20240526/como-detectar-imagenes-inteligencia-artificial/16113031.shtml , https://www.rtve.es/television/20240526/grooming-como-detectarlo-evitarlo/16114213.shtml , https://www.rtve.es/television/20240526/compras-linea-como-proteger-datos-derechos/16115793.shtml , https://www.rtve.es/television/20240526/cookies-como-proteger-privacidad/16116585.shtml , https://www.rtve.es/television/20240526/como-proteger-datos-redes-wifi/16114288.shtml , https://www.rtve.es/television/20240617/trucos-whatsapp-no-conocias/16150486.shtml , https://www.rtve.es/television/20240614/como-pedir-clave/16143308.shtml , https://www.rtve.es/television/20240614/como-pedir-dni-electronico/16143315.shtml , https://www.rtve.es/television/20240614/como-obtener-certificado-digital/16143322.shtml , https://www.rtve.es/television/20240618/como-pedir-prestacion-desempleo/16150812.shtml , https://www.rtve.es/television/20240619/como-pagar-multas-online/16150929.shtml , https://www.rtve.es/television/20240531/5-historias-internet-emocionaran/16121473.shtml , https://www.rtve.es/television/20240607/chapas-realidad-virtual-tirita-digital/16132228.shtml , https://www.noticiasdenavarra.com/television/2024/05/31/tirita-digital-formato-acerca-nuevas-8301482.html , https://www.formulatv.com/noticias/blanca-contreras-la-tirita-digital-huir-moderneces-128400/	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa La tirita digital / Sección Échame un cable (10 episodios) / Proyecto GENERACIÓN D.	Estatal	https://www.rtve.es/rtve/20240514/rtve-play-estrena-tirita-digital-programa-multiformato-para-romper-con-brecha-digital/16102673.shtml	https://www.rtve.es/television/20240517/problema-hablar-sexo-youtube/16101529.shtml , https://www.rtve.es/television/20240517/tokenismo-perjudicial-sociedad/16101346.shtml , https://www.rtve.es/television/20240526/como-detectar-imagenes-inteligencia-artificial/16113031.shtml , https://www.rtve.es/television/20240526/grooming-como-detectarlo-evitarlo/16114213.shtml , https://www.rtve.es/television/20240526/compras-linea-como-proteger-datos-derechos/16115793.shtml , https://www.rtve.es/television/20240526/cookies-como-proteger-privacidad/16116585.shtml , https://www.rtve.es/television/20240526/como-proteger-datos-redes-wifi/16114288.shtml , https://www.rtve.es/television/20240617/trucos-whatsapp-no-conocias/16150486.shtml , https://www.rtve.es/television/20240614/como-pedir-clave/16143308.shtml , https://www.rtve.es/television/20240614/como-pedir-dni-electronico/16143315.shtml , https://www.rtve.es/television/20240614/como-obtener-certificado-digital/16143322.shtml , https://www.rtve.es/television/20240618/como-pedir-prestacion-desempleo/16150812.shtml , https://www.rtve.es/television/20240619/como-pagar-multas-online/16150929.shtml , https://www.rtve.es/television/20240531/5-historias-internet-emocionaran/16121473.shtml , https://www.rtve.es/television/20240607/chapas-realidad-virtual-tirita-digital/16132228.shtml , https://www.noticiasdenavarra.com/television/2024/05/31/tirita-digital-formato-acerca-nuevas-8301482.html , https://www.formulatv.com/noticias/blanca-contreras-la-tirita-digital-huir-moderneces-128400/	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa de televisión 'La Vuelta a la España Digital'. Capítulo emitido el 16/3/2025 en el canal La 2, titulado 'Agromatch – Extremadura'. 'Proyecto Generación D'.	Estatal	https://www.rtve.es/play/videos/la-vuelta-a-la-espana-digital/episodio-9-agromatch-extremadura/16493709/	https://www.rtve.es/rtve/20250109/la-2-estrena-vuelta-espana-digital-cambio-climatico-digitalizacion-rte/16400777.shtml , https://www.malagafilmoffice.com/rodaje/la-vuelta-al-mundo-a-la-espana-digital/ , https://enovoltaics.es/2025/01/29/nuestro-proyecto-protagonista-en-el-documental-la-vuelta-a-la-espana-digital-de-rte/ , https://www.mundoplus.tv/programacion/la-vuelta-a-la-espana-digital-programa-que-aborda-el-cambio-climatico-estreno-en-la-2/	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa de televisión 'La Vuelta a la España Digital'. Capítulo emitido el 26/1/2025 en el canal La 2, titulado 'Al GUA – Cataluña'. Proyecto Generación D.	Estatal	https://www.rtve.es/play/videos/la-vuelta-a-la-espana-digital/vuelta-espana-digital-episodio-3-ai-gua-cataluna/16422871/	https://www.rtve.es/rtve/20250109/la-2-estrena-vuelta-espana-digital-cambio-climatico-digitalizacion-rte/16400777.shtml , https://www.malagafilmoffice.com/rodaje/la-vuelta-al-mundo-a-la-espana-digital/ , https://enovoltaics.es/2025/01/29/nuestro-proyecto-protagonista-en-el-documental-la-vuelta-a-la-espana-digital-de-rte/ , https://www.mundoplus.tv/programacion/la-vuelta-a-la-espana-digital-programa-que-aborda-el-cambio-climatico-estreno-en-la-2/	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa de televisión 'La Vuelta a la España Digital'. Capítulo emitido el 23/2/2025 en el canal La 2, titulado 'Digesti-on – Asturias y Cantabria'. Proyecto 'Proyecto Generación D'.	Estatal	https://www.rtve.es/play/videos/la-vuelta-a-la-espana-digital/episodio-6-digesti-on-asturias-cantabria/16462766/	https://www.rtve.es/rtve/20250109/la-2-estrena-vuelta-espana-digital-cambio-climatico-digitalizacion-rte/16400777.shtml , https://www.malagafilmoffice.com/rodaje/la-vuelta-al-mundo-a-la-espana-digital/ , https://enovoltaics.es/2025/01/29/nuestro-proyecto-protagonista-en-el-documental-la-vuelta-a-la-espana-digital-de-rte/ , https://www.mundoplus.tv/programacion/la-vuelta-a-la-espana-digital-programa-que-aborda-el-cambio-climatico-estreno-en-la-2/	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa de televisión 'La Vuelta a la España Digital'. Capítulo emitido el 9/3/2025 en el canal La 2, titulado 'Digitavengers – Castilla y León'. Proyecto Generación D.	Estatal	https://www.rtve.es/play/videos/la-vuelta-a-la-espana-digital/episodio-8-digitavengers-castilla-leon/16483615/	https://www.rtve.es/rtve/20250109/la-2-estrena-vuelta-espana-digital-cambio-climatico-digitalizacion-rte/16400777.shtml , https://www.malagafilmoffice.com/rodaje/la-vuelta-al-mundo-a-la-espana-digital/ , https://enovoltaics.es/2025/01/29/nuestro-proyecto-protagonista-en-el-documental-la-vuelta-a-la-espana-digital-de-rte/ , https://www.mundoplus.tv/programacion/la-vuelta-a-la-espana-digital-programa-que-aborda-el-cambio-climatico-estreno-en-la-2/	

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa de televisión 'La Vuelta a la España Digital'. Capítulo emitido el 19/1/2025 en el canal La 2, titulado 'Digitrash – Aragón'. Proyecto Generación D.	Estatal	https://www.rtve.es/play/videos/la-vuelta-a-la-espana-digital/episodio-2-digitrash-aragon/16413399/	https://www.rtve.es/rtve/20250109/la-2-estrena-vuelta-espana-digital-cambio-climatico-digitalizacion-rte/16400777.shtml , https://www.malagafilmoffice.com/rodaje/la-vuelta-al-mundo-a-la-espana-digital/ , https://enovoltaics.es/2025/01/29/nuestro-proyecto-protagonista-en-el-documental-la-vuelta-a-la-espana-digital-de-rte/ , https://www.mundoplus.tv/programacion/la-vuelta-a-la-espana-digital-programa-que-aborda-el-cambio-climatico-estreno-en-la-2/	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa de televisión 'La Vuelta a la España Digital'. Capítulo emitido el 13/4/2025 en el canal La 2, titulado 'Pinacotech – Madrid'. Proyecto Generación D.	Estatal	https://www.rtve.es/play/videos/la-vuelta-a-la-espana-digital/episodio-12-pinacotech-madrid/16539423/	https://www.rtve.es/rtve/20250109/la-2-estrena-vuelta-espana-digital-cambio-climatico-digitalizacion-rte/16400777.shtml , https://www.malagafilmoffice.com/rodaje/la-vuelta-al-mundo-a-la-espana-digital/ , https://enovoltaics.es/2025/01/29/nuestro-proyecto-protagonista-en-el-documental-la-vuelta-a-la-espana-digital-de-rte/ , https://www.mundoplus.tv/programacion/la-vuelta-a-la-espana-digital-programa-que-aborda-el-cambio-climatico-estreno-en-la-2/	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa de televisión 'La Vuelta a la España Digital'. Capítulo emitido el 12/1/2025 en el canal La 2 y titulado 'Pirotecnia - Comunidad Valencia'. Proyecto Generación D.	Estatal	https://www.rtve.es/play/videos/la-vuelta-a-la-espana-digital/digital-episodio-1-pirotechnia-comunidad-valenciana/16403981/	https://www.rtve.es/rtve/20250109/la-2-estrena-vuelta-espana-digital-cambio-climatico-digitalizacion-rte/16400777.shtml , https://www.malagafilmoffice.com/rodaje/la-vuelta-al-mundo-a-la-espana-digital/ , https://enovoltaics.es/2025/01/29/nuestro-proyecto-protagonista-en-el-documental-la-vuelta-a-la-espana-digital-de-rte/ , https://www.mundoplus.tv/programacion/la-vuelta-a-la-espana-digital-programa-que-aborda-el-cambio-climatico-estreno-en-la-2/	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa de televisión 'La Vuelta a la España Digital'. Capítulo emitido el 2/3/2025 en el canal La 2, titulado 'SMSOS Galicia'. Proyecto Generación D.	Estatal	https://www.rtve.es/play/videos/la-vuelta-a-la-espana-digital/episodio-7-smsos-galicia/16472986/	https://www.rtve.es/rtve/20250109/la-2-estrena-vuelta-espana-digital-cambio-climatico-digitalizacion-rte/16400777.shtml , https://www.malagafilmoffice.com/rodaje/la-vuelta-al-mundo-a-la-espana-digital/ , https://enovoltaics.es/2025/01/29/nuestro-proyecto-protagonista-en-el-documental-la-vuelta-a-la-espana-digital-de-rte/ , https://www.mundoplus.tv/programacion/la-vuelta-a-la-espana-digital-programa-que-aborda-el-cambio-climatico-estreno-en-la-2/	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa de televisión 'La Vuelta a la España Digital'. Capítulo emitido el 16/2/2025 en el canal La 2, titulado 'Techxit – Euskadi'. Proyecto Generación D.	Estatal	https://www.rtve.es/play/videos/la-vuelta-a-la-espana-digital/vuelta-espana-digital-episodio-5-techxit-euskadi/16452537/	https://www.rtve.es/rtve/20250109/la-2-estrena-vuelta-espana-digital-cambio-climatico-digitalizacion-rte/16400777.shtml , https://www.malagafilmoffice.com/rodaje/la-vuelta-al-mundo-a-la-espana-digital/ , https://enovoltaics.es/2025/01/29/nuestro-proyecto-protagonista-en-el-documental-la-vuelta-a-la-espana-digital-de-rte/ , https://www.mundoplus.tv/programacion/la-vuelta-a-la-espana-digital-programa-que-aborda-el-cambio-climatico-estreno-en-la-2/	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa Ciberdelitos/ Proyecto GENERACIÓN D.	Estatal	https://www.rtve.es/rtve/20250926/2-estrena-ciberdelitos-programa-revela-peligros-invisibles-red/16745467.shtml#:~:text=Comunicaci%C3%B3n%20RTVE-,La%20estrena%20'Ciberdelitos'%2C%20el%20programa%20que%20revela%20los,peligros%20invisibles%20de%20la%20red&text=La%20estrena%20este%20domingo,a%20trav%C3%A9s%20de%20historias%20reales.	https://www.tictoc.es/noticia/7824/televisión/la-2-lanza-ciberdelitos-un-programa-sobre-los-riesgos-de-la-ciberseguridad.html	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa La fiesta digital / Emisión en La 2 / Proyecto GENERACIÓN D.	Estatal	https://www.rtve.es/play/videos/la-fiesta-digital/	https://www.rtve.es/play/videos/la-fiesta-digital/fiesta-digital-san-vicente-barquera/16276349/ , https://www.rtve.es/play/videos/la-fiesta-digital/haro/16286147/ , https://www.rtve.es/play/videos/la-fiesta-digital/canete-cuenca/16295769/ , https://www.rtve.es/play/videos/la-fiesta-digital/muros-galicia/16305441/ , https://www.rtve.es/play/videos/la-fiesta-digital/purchena/16314361/ , https://www.rtve.es/play/videos/la-fiesta-digital/riaza-segovia/16324303/ , https://www.rtve.es/play/videos/la-fiesta-digital/vejer-frontera-cadiz/16344518/ , https://www.rtve.es/play/videos/la-fiesta-digital/navar/16354508/ , https://www.rtve.es/play/videos/la-fiesta-digital/patones/16363660/ , https://www.rtve.es/play/videos/la-fiesta-digital/zalamea-serena/16373149/ , https://www.rtve.es/play/videos/la-fiesta-digital/calatorao/16383362/ , https://www.rtve.es/play/videos/la-fiesta-digital/palau-solita-plegamans/16389764/ , https://www.rtve.es/rtve/20241004/2-estrena-fiesta-digital-recorrido-por-fiestas-espana-con-adriana-abenia-nicolas-coronado/16274126.shtml , https://www.diariodesevilla.es/televisión/debe-fiesta-popular-son-tratadas_0_2003033710.html , https://www.lavozdealmeria.com/provincia/265119/fiesta-almeriense-protagonista-television-espanola.html , https://www.heraldo.es/noticias/ocio-y-cultura/2024/12/18/adriana-abenia-calatorao-protagonistas-domingo-television-espanola-1786250.html , https://www.larioja.com/comarcas/haro/fiesta-digital-nuevo-programa-incluye-batalla-vino-20241009084456-nt.html?srslid=AfmBOogKbBBkh2tqMxvKGjQnfct8guOmiKQcr7GAvgBjmjD6x8QyR4Vx , https://harodigital.com/noticias-de-haro/la-fiesta-digital-el-nuevo-programa-de-rtve-mostrara-la-batalla-del-vino-fusionando-tradicional-y-transformacion-digital/ , https://www.lostunesseriesfilos.com/2024/10/asi-es-programa-la-fiesta-digital-la2-rtve.html , https://www.calatorao.es/calatorao-en-la-fiesta-digital-de-tve2/	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Acciones transversales 'Digitalízate con nosotros'/ Clip 'Amenazas tras un perfil de redes sociales'/ Proyecto GENERACIÓN D.	Estatal	https://www.rtve.es/play/videos/mananeros-360/detencion-amenazas-traves-redes-sociales/16657383/	https://www.rtve.es/rtve/20230221/generacion-proyecto-impulsor-competencias-digitales/2426591.shtml , https://portal.mineco.gob.es/ca-es/comunicacion/Paginas/programaci%C3%B3n-%C3%B3n-generaci%C3%B3n-%C3%B3n-D-RTVE.aspx , https://portal.mineco.gob.es/ca-s/comunicacion/Paginas/programaci%C3%B3n-%C3%B3n-generaci%C3%B3n-%C3%B3n-D-RTVE.aspx , https://planderecuperacion.gob.es/noticias/rtve-presenta-la-programacion-generacion-d-impulsar-competencias-digitales , https://teledetodos.es/index.php/consenso/item/2912-rtve-presenta-la-programacion-generacion-d-una-iniciativa-para-impulsar-las-competencias-digitales-de-la-ciudadania	

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Acciones transversales 'Digitalízate con nosotros'/ Clip 'La estafa del jefe'/ Proyecto GENERACIÓN D.	Estatal	https://www.rtve.es/play/videos/mananeros-360/estafa-ia-clonacion-voz-ciberseguridad/16688930/	https://www.rtve.es/rte/20230221/generacion-proyecto-impulsor-competencias-digitales/2426591.shtml https://portal.mineco.gob.es/ca-es/comunicacion/Pagines/programaci%C3%B3n-generaci%C3%B3n-D-RTVE.aspx , https://planderecuperacion.gob.es/noticias/rte-presenta-la-programacion-generacion-d-impulsar-competencias-digitales https://teledetodos.es/index.php/consenso/item/2912-rte-presenta-la-programacion-generacion-d-una-iniciativa-para-impulsar-las-competencias-digitales-de-la-ciudadania	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Acciones transversales 'Digitalízate con nosotros'/ Clip 'Mayores vs. Hackers'/ Proyecto GENERACIÓN D.	Estatal	https://www.rtve.es/play/videos/mananeros-360/mayoresvshackers/7051374/	https://www.rtve.es/rte/20230221/generacion-proyecto-impulsor-competencias-digitales/2426591.shtml https://portal.mineco.gob.es/ca-es/comunicacion/Pagines/programaci%C3%B3n-generaci%C3%B3n-D-RTVE.aspx , https://planderecuperacion.gob.es/noticias/rte-presenta-la-programacion-generacion-d-impulsar-competencias-digitales https://teledetodos.es/index.php/consenso/item/2912-rte-presenta-la-programacion-generacion-d-una-iniciativa-para-impulsar-las-competencias-digitales-de-la-ciudadania	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Acciones transversales 'Digitalízate con nosotros'/ Clip 'Estafada y endeudada'/ Proyecto GENERACIÓN D.	Estatal	https://www.rtve.es/play/videos/mananeros-360/estafada-endeudada-protecte-mensajes-fraudulentos/7048381/	https://www.rtve.es/rte/20230221/generacion-proyecto-impulsor-competencias-digitales/2426591.shtml , https://portal.mineco.gob.es/ca-es/comunicacion/Pagines/programaci%C3%B3n-generaci%C3%B3n-D-RTVE.aspx , https://planderecuperacion.gob.es/noticias/rte-presenta-la-programacion-generacion-d-impulsar-competencias-digitales https://teledetodos.es/index.php/consenso/item/2912-rte-presenta-la-programacion-generacion-d-una-iniciativa-para-impulsar-las-competencias-digitales-de-la-ciudadania	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Acciones transversales 'Digitalízate con nosotros'/ Clip 'Estafa en la banca móvil'/ Proyecto GENERACIÓN D.	Estatal	https://www.rtve.es/play/videos/mananeros-360/estafa-digital-movil-banca/16019793/	https://www.rtve.es/rte/20230221/generacion-proyecto-impulsor-competencias-digitales/2426591.shtml , https://portal.mineco.gob.es/ca-es/comunicacion/Pagines/programaci%C3%B3n-generaci%C3%B3n-D-RTVE.aspx , https://planderecuperacion.gob.es/noticias/rte-presenta-la-programacion-generacion-d-impulsar-competencias-digitales https://teledetodos.es/index.php/consenso/item/2912-rte-presenta-la-programacion-generacion-d-una-iniciativa-para-impulsar-las-competencias-digitales-de-la-ciudadania	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Acciones transversales 'Digitalízate con nosotros'/ Clip 'El timo del falso paquete de Correos'/ Proyecto GENERACIÓN D.	Estatal	https://www.rtve.es/play/videos/la-hora-de-la-1/hora-politica-26-05-23/6899705/	https://www.rtve.es/rte/20230221/generacion-proyecto-impulsor-competencias-digitales/2426591.shtml https://portal.mineco.gob.es/ca-es/comunicacion/Pagines/programaci%C3%B3n-generaci%C3%B3n-D-RTVE.aspx , https://planderecuperacion.gob.es/noticias/rte-presenta-la-programacion-generacion-d-impulsar-competencias-digitales https://teledetodos.es/index.php/consenso/item/2912-rte-presenta-la-programacion-generacion-d-una-iniciativa-para-impulsar-las-competencias-digitales-de-la-ciudadania	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Acciones transversales 'Digitalízate con nosotros'/ Clip '¿Cómo no ser víctima de los ciberdelincuentes?'/ Proyecto GENERACIÓN D.	Estatal	https://www.rtve.es/play/videos/la-hora-de-la-1/como-no-ser-victima-ciberdelincuentes/6891595/	https://www.rtve.es/rte/20230221/generacion-proyecto-impulsor-competencias-digitales/2426591.shtml https://portal.mineco.gob.es/ca-es/comunicacion/Pagines/programaci%C3%B3n-generaci%C3%B3n-D-RTVE.aspx , https://planderecuperacion.gob.es/noticias/rte-presenta-la-programacion-generacion-d-impulsar-competencias-digitales https://teledetodos.es/index.php/consenso/item/2912-rte-presenta-la-programacion-generacion-d-una-iniciativa-para-impulsar-las-competencias-digitales-de-la-ciudadania	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Campañas de alfabetización mediática	Estatal			
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa Aprendemos Team Total	Estatal	https://www.rtve.es/infantil/series/team-total/		
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa Aprendemos en Clan El Debate	Estatal	https://www.rtve.es/infantil/series/aprendemos-clan-debate/		
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa Aprendemos El Reto	Estatal	https://www.rtve.es/infantil/series/aprendemos-clan-caja/		
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.	Programa Aprendemos El Reto	Estatal	https://www.rtve.es/infantil/series/aprendemos-clan-reto/		
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (Radio Exterior de España)	Programa ARTESFERA	Estatal	https://www.rtve.es/grafos/audio/caravana-bulobus-ruta-contra-la-desinformacion/8d550444-836d-47df-b52b-33219ef45baa		
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (Radio Exterior de España)	Artesfera. Diez pasos contra la información engañosa en Internet	Estatal	https://www.rtve.es/grafos/audio/diez-pasos-contra-la-informacion-engaosa-en/72d31ac9-55b0-41e2-92d6-0f3904df58bb		
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (RTVEPLAY)	Influ realismo mágico (podcast)	Estatal	https://www.rtve.es/play/audios/influ-realismo-magico/		

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (VerificaRTVE)	VerificaRTVE en el Informativo 14 Horas de RNE	Estatal			
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (VerificaRTVE)	VerificaRTVE en el Informativo 24 Horas de RNE	Estatal		https://www.rtve.es/play/audios/24-horas/24-horas-verifica-rtve-investiga-bulos-sobre-falsos-autores-del-atentado-contra-donald-trump/16187324/ , https://www.rtve.es/play/audios/24-horas/maria-jose-artuch-verificartve-sobre-bulos-relacionados-incidentes-podemos-hablar-goteo-diario/16703584/	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (VerificaRTVE)	VerificaRTVE en el programa de Radio Exterior A golpe de Bit	Estatal		https://www.facebook.com/watch/?v=9003713439714102 , https://www.facebook.com/watch/?v=1320115509139081	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (VerificaRTVE)	VerificaRTVE en el Canal 24 Horas	Estatal		https://www.rtve.es/play/videos/especiales-informativos/equipo-verificartve-explica-como-funcionan-cribados-cancer-mama/16766018/ , https://www.rtve.es/play/videos/la-tarde-en-24h/equipo-verifica-rtve-ciberestafas-2024/16388635/ , https://www.rtve.es/play/videos/la-tarde-en-24h/bulos-falsedades-2024-explicados-verificartve-tarde-24h/16393366/ , https://www.rtve.es/play/videos/fin-de-semana-24h/verificartve-desmonta-bulos-sobre-clima/16503775/ , https://www.rtve.es/play/videos/especiales-informativos/bulos-circularon-redes-sobre-apagón/16559201/	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (VerificaRTVE)	VerificaRTVE en La Hora	Estatal		https://www.rtve.es/play/videos/la-hora-de-la-1/cruz-roja-asegura-nunca-recauda-dinero-viviendas/6432192/	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (VerificaRTVE)	VerificaRTVE en Las Tardes de RNE	Estatal		https://www.rtve.es/play/audios/las-tardes-de-rne/verificartve-presenta-torre-pacheco-anatomia-bulo/16727520/ , https://www.rtve.es/play/audios/las-tardes-de-rne/tardes-rne-desmentimos-bulos-verificartve/16321016/ , https://www.rtve.es/play/audios/las-tardes-de-rne/stop-bulos-verificartve-19-06-25/16632532/	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (VerificaRTVE)	VerificaRTVE en el programa Malas Lenguas	Estatal		https://www.youtube.com/watch?v=09oFdfLEzc , https://www.rtve.es/play/videos/malas-lenguas/emitieron-varios-avisos-durante-dia-dana-comunidad-valenciana/16536047/ , https://www.instagram.com/reel/DPzAk1niht/ , https://www.instagram.com/reel/DPzI9o2Co_1/ , https://www.20minutos.es/television/malas-lenguas-desmiente-un-nuevo-bulo-no-nos-quitan-95-euros-nomina-para-hucha-las-pensiones_6514092_0.html , https://www.20minutos.es/television/malas-lenguas-alerta-sobre-vuelta-timo-estampita_6401817_0.html	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (VerificaRTVE)	VerificaRTVE en Mañaneros	Estatal		https://x.com/MananerosTVE/status/1957404680020983823 , https://x.com/MananerosTVE/status/1647930903027666948	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (VerificaRTVE)	Publicaciones especialmente dirigidas a la alfabetización mediática de VerificaRTVE en la web de RTVE	Estatal		https://www.rtve.es/noticias/verificartve/herramientas-de-verificacion/y , https://www.rtve.es/noticias/20221221/investiga-verificartve-caja-herramientas-avanzada/2412478.shtml , https://www.rtve.es/noticias/20250813/diccionario-juridico-accion-popular-sumario-definiciones-actualidad-tribunales/16659703.shtml , https://www.rtve.es/noticias/20241028/riesgos-inteligencia-artificial-educacion-desinformacion-sesgos-inhibicion-aprendizaje/16306592.shtml , https://www.rtve.es/noticias/20211027/consejos-tecnologia-mayores/2205860.shtml , https://www.rtve.es/noticias/20230328/como-detectamos-imagenes-generadas-por-inteligencia-artificial/2433428.shtml , https://www.rtve.es/noticias/20210517/consejos-para-tu-ciberseguridad/2090665.shtml , https://www.rtve.es/noticias/20230519/claves-para-verificar-otros-idiomas/2446744.shtml , https://www.rtve.es/noticias/20231025/claves-guardar-mensajes-videos-redes-sociales/2459086.shtml , https://www.rtve.es/noticias/20250428/hacer-no-ante-apagón-generalizado-para-evitar-difusion-bulos/16558021.shtml , https://www.rtve.es/noticias/20220530/ingenieria-social-como-aprovechar-investigacion-osint/2356181.shtml , https://www.rtve.es/noticias/20251001/dia-internacional-personas-mayores-estafas-como-evitarlas/16750842.shtml , https://www.rtve.es/noticias/20220624/mentruapps-consejos-protect-privacidad-datos-intimos/2385227.shtml , https://www.rtve.es/noticias/20240117/claves-identificar-actuar-ante-falsa-oferta-trabajo-falsa-oferta-trabajo/15916906.shtml , https://www.rtve.es/noticias/20211126/como-monitorizar-precios-internet-herramientas/2234314.shtml , https://www.rtve.es/noticias/20220517/salud-mental-internet-recursos-beneficiosos-online/2349536.shtml , https://www.rtve.es/noticias/20211209/trucos-para-pagar-seguro-con-tarjeta/2237444.shtml , https://www.rtve.es/noticias/20220523/como-investigar-vuelos-privados-davos-2022/2350906.shtml , https://www.rtve.es/noticias/20230802/mapas-cuentas-herramientas-incidentes-forestales/2453289.shtml , https://www.rtve.es/noticias/20250214/estafas-amorosas-como-funcionan-como-evitarlas/16447484.shtml	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (VerificaRTVE)	VerificaRTVE en los Telediarios de TVE	Estatal		https://x.com/telediario_tve/status/1945108953169297677 , https://x.com/telediario_tve/status/1965406423090856324 , https://x.com/telediario_tve/status/196322719748502749 , https://x.com/telediario_tve/status/1853538579567575477 , https://www.rtve.es/play/videos/especiales-informativos/como-prepararse-desinformacion-emergencias-verifica-rtve/16558177/	

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
EGEDA - Platino Educa	Plataforma Platino EDUCA Plataforma de educación en alfabetización audiovisual a través del cine y el audiovisual iberoamericano de EGEDA (Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales)	Estatal	https://www.platinoeduca.com/PEB_Default.aspx	https://www.platinoeduca.com/PEN_CursoCortometrajes.aspx , https://www.platinoeduca.com/PlatinoEduca_ConcursoNacionaldeCortometrajesEscolares_ConsejeriasEducacion.aspx , https://www.platinoeduca.com/PEB_Post.aspx?P=550 , https://www.platinoeduca.com/PEB_Post.aspx?P=599 , https://www.platinoeduca.com/PEB_Post.aspx?P=652 , https://www.platinoeduca.com/PEB_Post.aspx?P=654 , https://www.platinoeduca.com/PEB_Post.aspx?P=655	https://www.rtve.es/play/videos/la-aventura-del-saber/platino-educa/6741613/ , https://festivaldemalaga.com/actualidad/ver-noticia/?id=2482 , https://www.elespanol.com/eldigitalcastillalamancha/cultura/20251020/feciso-cierra-puertas-entrega-premios-teatro-rojas-toledo-galardonados/1003743976969_0.html , https://www.audiovisual451.com/platino-educa-cierra-el-curso-con-un-balance-muy-positivo-de-los-tres-concursos-de-cortometrajes-escolares-que-ha-organizado/ , https://cadenaser.com/andalucia/2025/06/18/el-colegio-santos-medicos-de-cortes-de-baza-gana-el-concurso-nacional-de-cortometrajes-escolares-platinoeduca-radio-granada/ , https://cadenaser.com/andalucia/2025/05/21/un-corto-realizado-por-ninos-de-tres-anos-del-ceip-isabel-la-catolica-de-la-linea-en-un-certamen-nacional-radio-algeciras/ , https://cadenaser.com/euskadi/2025/06/20/el-ipi-sansomendi-reivindica-un-mejor-patio-a-traves-de-un-corto-finalista-en-un-concurso-estatal-ser-vitoria/ , https://www.extradigital.es/platino-educa-y-educacion-celebran-en-valladolid-la-primer-gala-del-concurso-de-cortometrajes-escolares-cyl/ , https://www.ceutatv.com/articulo/educacion-y-cultura/rosalia-castro-finalista-nacional-corto-mas-alla-tus-ojos/20250528081500212366.html , https://www.telemadrid.es/programas/telenoticias-1/Telemadrid-acoge-la-entrega-de-los-Premios-del-II-Concurso-de-Cortometrajes-Escolares-2-2676352377--202406050010.html , https://www.20minutos.es/cinemania/noticias/catedra-cine-mujer-educacion-universidad-nebrija-reivindica-importancia-las-cineastas-esp-5223672/ , https://www.audiovisual451.com/mas-4-000-alumnos-asisten-al-programa-educafilmoteca-organizado-por-platino-educa/
Fundación Amigos de Radio María	Extensiones de accesibilidad digital de la web	Estatal			
Fundación Atresmedia	Efecto MIL	Estatal	https://efectomil.org/inicio	https://fundacion.atresmedia.com/actualidad/adiccion-redes-fake-news-videos-ganadores-4-edicion-efecto-mil_202507236880c182f4ec026a96b831d9.html , https://fundacion.atresmedia.com/actualidad/resumen-entrega-premios-4-edicion-efecto-mil_202507146874df576e1ec26d312c4811.html , https://www.apmadrid.es/apm-event/la-fundacion-atresmedia-recorre-las-universidades-de-madrid-con-efecto-mil-para-promover-el-buen-uso-de-las-redes-sociales-entre-los-jovenes/ , https://www.atresmedia.com/prensa/notas/rc-fundacion/fundacion-atresmedia-lanza-4-edicion-efecto-mil-combatir riesgos digitales-jovenes_2024121167596a3885d24c0001d81488.html , https://www.diariodepontevedra.es/articulo/pontevedra/estudiantes-pontevedra-finalistas-concurso-peligros-digitales/202505211221161391761.html , https://fundacion.atresmedia.com/actualidad/video-desconecta-gana-4-edicion-efecto-mil_20250626685be788547022707af7e03f.html	

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Fundación Atresmedia	Premios Mentes AMI	Estatal	https://fundacion.atresmedia.com/Mentes-AMI/Premios	https://fundacion.atresmedia.com/Mentes-AMI/Noticias/agencia-noticias-ganador-aequo-premio-mentes-ami-2025-categoría-impulso-creatividad-audiovisual-responsable_2025102168f7a19cd5a0685a0ecc0eea.html , https://fundacion.atresmedia.com/Mentes-AMI/Noticias/mas-alla-tecnología-desarrollando-competencia-digital-humana-ganador-premio-mentes-ami-2025-categoría-desarrollo-competencia-digital_2025102168f79e29f7eba841481e1af3.html , https://fundacion.atresmedia.com/Mentes-AMI/Noticias/normales-vida-dana-ganador-aequo-premio-mentes-ami-2025-categoría-impulso-creatividad-audiovisual-responsable_2025102168f7a1adf7eba841481e1ee5.html , https://fundacion.atresmedia.com/Mentes-AMI/Noticias/ciencia-critica-investigar-entender-transformar-ganador-premio-mentes-ami-2025-categoría-fomento-pensamiento-critico_2025102168f778d6e9f181463a9bb905.html , https://fundacion.atresmedia.com/Mentes-AMI/Noticias/terrorismo-espana-memoria-reconciliacion-ganador-premio-mentes-ami-2025-categoría-promocion-valores-convivencia_2025102168f77d5a0685a0ecbe9ae.html , https://telejumilla.es/2025/10/24/el-proyecto-educativo-agencia-de-noticias-del-ceip-príncipe-felipe-se-lleva-el-1o-premio-mentes-ami-de-la-fundacion-atresmedia/ , https://www.ondacero.es/emisoras/aragon/noticias/premio-mentes-ami-colegio-juan-lanuza-zaragoza_2025102168f78c9ad5a0685a0ecbf8cd.html , https://www.atresmedia.com/prensa/notas/rc-fundación/fundacion-atresmedia-anuncia-proyectos-educativos-finalistas-4-edición-premios-mentes-ami_2025060568419a344c9357775b82c2ed.html , https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/edublog/cprofestelde/premios-mentes-ami-2025/ , https://sietediasjumilla.es/la-agencia-de-noticias-del-príncipe-felipe-primer-premio-mentes-ami-de-atresmedia/ , https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=122809&IDTIPO=10&RASTRO=c77s3\$#m , https://prnoticias.com/2025/02/24/arranca-la-4a-edición-de-los-premios-mentes-ami-para-docentes-y-centros-educativos/ , https://www.periodicodeibiza.es/pitiusas/aldia/2025/10/18/2493569/ceip-can-coix-finalista-premios-mentes-ami-2025.html	
Fundación Atresmedia	Encuentros Mentes AMI	Estatal	https://fundacion.atresmedia.com/Mentes-AMI/Encuentro	https://fundacion.atresmedia.com/Mentes-AMI/Noticias/asi-fue-encuentro-mentes-ami-2025-mejores-imagenes-evento_2025102368fa5fc4abed5e585bcbee10.html , https://fundacion.atresmedia.com/Mentes-AMI/Noticias/vuelve-ver-encuentro-mentes-ami-2025-atresplayer_2025102368fa5996147d304033e2654e.html , https://fundacion.atresmedia.com/Mentes-AMI/Noticias/podcast-encuentro-mentes-ami-2025_2025102268f8a7f05ddd5447a1bed1a1.html , https://www.lasexta.com/noticias/sociedad/miles-docentes-toda-espana-abordan-grandes-retos-educacion-encuentro-mentes-ami-2025_2025102068f5e689fa4b9a27515345f2.html , https://www.magisnet.com/2025/09/los-retos-y-las-claves-para-los-profesores-en-la-educación-del-siglo-xxi-se-pondrán-sobre-la-mesa-en-la-cuarta-edición-del-encuentro-mentes-ami/ , https://www.larazon.es/sociedad/atresmedia-celebra-4-edición-mentes-ami_2025101868f3a0f1dc27b32ca38b63a5.html , https://diario.infoperiodistas.info/la-fundacion-atresmedia-celebra-una-nueva-edición-de-mentes-ami/ , https://fundacion.atresmedia.com/Mentes-AMI/Noticias/encuentro-mentes-ami-2024-fundación-atresmedia-reúne-3000-docentes_2024102167164bd0afcb530001bd7463.html , https://www.msn.com/es-es/noticias/espana/atresmedia-celebra-la-cuarta-edición-mentes-ami/ar-AA1O1FYB	
Fundación Atresmedia	Amibox	Estatal	https://www.atresplayer.com/snacks/amibox/ , https://www.atresplayer.com/series-infantiles/amibox-kids/ , https://www.atresplayer.com/series-infantiles/bubuski/ , https://www.youtube.com/playlist?list=PLCg5GGrGflrYlkWT4lCuXMy2Ur2Bk2T , https://www.youtube.com/playlist?list=PLCg5GGrGflrbLgPu3rf2zPZJwMbSglE1 , https://www.youtube.com/playlist?list=PLCg5GGrGflrZlgJFTSLE_8aNYR2S9I9Pz , https://play.google.com/store/search?q=amibox&c=apps , https://apps.apple.com/es/app/amibox/id6502283355	https://www.larazon.es/sociedad/medios-comunicación-sus-funciones-juego-aprender-diferenciarlos-p7m_2025091868cb8625bc8f701b2f7459fd.html , https://www.larazon.es/sociedad/sabes-puedes-dicir-libremente-aprende-ejercer-derecho-expresar-respeto-p7m_2025061968538da6f68fe227a843353b.html , https://www.larazon.es/sociedad/poder-invisible-algoritmos-asi-deciden-que-yes-internet-p7m_2025041768007f25160aba00014ef29c.html , https://www.lasexta.com/noticias/ciencia-tecnología/llega-amibox-herramienta-ayudar-afrontar-retos-mundo-digital_2023012263cd45e43c81f20001df1029.html , https://www.atresmediapublicidad.com/digital/noticias/la-fundacion-atresmedia-estrena-amibox-un-nuevo-formato-en-atresplayer-con-contenidos-sobre-la-gestión-de-los-medios-la-información-y-los-dispositivos_2022110363abf947a3840001f01a77.html , https://www.magisnet.com/2022/11/atresmedia-estrena-amibox-una-iniciativa-que-ayudara-a-que-niños-y-jóvenes-se-desenvuelvan-en-el-entorno-mediático/	
Fundación Atresmedia	Amibox-Aula	Estatal	https://amibox-aula.org	https://www.magisnet.com/2025/06/amibox-aula-la-guía-interactiva-para-reforzar-las-competencias-mediáticas-y-digitales_ , https://www.educa2.madrid.org/web/revista-digital/inicio/-/visor/guía-interactiva-amibox-aula , https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoblog/mfumfri/2024/01/12/explorando-amibox-aula-potenciando-la-competencia-digital-en-el-aula/ , https://fundacion.atresmedia.com/actualidad/amibox-llega-aulas_2023062064932262e9f5530001cba569.html	
Fundación Atresmedia	AmiFlash	Estatal	https://www.instagram.com/amiflashnews/reels/ , https://www.tiktok.com/@amiflashnews	https://fundacion.atresmedia.com/actualidad/amiflash-nueva-sección-redes-sociales-amibox_202303216419d1e2079ac900017e1683.html	
Fundación Atresmedia	Educación Digital para Familias	Estatal	https://fundacion.atresmedia.com/actualidad/jelo-verano-sección-educación-digital-familia-colaboración-fundación-atresmedia_202507236880d21ef4ec026a96b84604.html	https://www.youtube.com/playlist?list=PLCg5GGrGflra4pH1vytizsOgAb1jhlpl	

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Fundación Atresmedia	Campañas de sensibilización social	Estatal	https://fundacion.atresmedia.com/actualidad/fundacion-atresmedia-unicef-espana-lanzan-campana-saca-movil-cena_20250521682c55a3278816063b753930.html , https://www.atresmedia.com/prensa/notas/rc-fundacion/fundacion-atresmedia-aepd-lanza-barra-libre-digital-campana-alertar riesgos acceso temprano-movil_202411146735d0913ebaed0001c8d477.html , https://fundacion.atresmedia.com/conoce-mas/derechos-digitales/Fundaci%C3%B3nAtresmediayUnicef/home-menores-edad-derechos-digitales_20250520682c6b3c278816063b755d8a.html , https://www.atresmedia.com/prensa/notas/fundacion-atresmedia-suma-campana-aetd-click-ayudarles-concienciar riesgos que afrontan ninos-jovenes-internet_20230524646dcc1021596b00013694f5.html , https://www.aepd.es/mas-que-un-movil	https://www.aepd.es/prensa-y-comunicacion/notas-de-prensa/aepd-y-fundacion-atresmedia-lanza-campana-no-a-la-barra-libre-digital , https://www.auditad.com/blog/noticias/la-aepd-y-la-fundacion-atresmedia-lanza-campana-no-a-la-barra-libre-digital/ , https://www.aepd.es/prensa-y-comunicacion/notas-de-prensa/la-aepd-colabora-en-la-campana-un-click-de-ayudarles-para	
Fundación Atresmedia	Educación Digital para Familias	Estatal	https://fundacion.atresmedia.com/actualidad/jelo-verano-seccion-educacion-digital-familia-colaboracion-fundacion-atresmedia_202507236880d21ef4ec026a96b84604.html , https://www.youtube.com/playlist?list=PLCg5GGrGfIra4pH1vytizsOgAb1jhpl		
Fundación Bancaria Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona - La Caixa	Producción propia de obras audiovisuales/sonoras que tengan por objeto, entre otras, la alfabetización mediática y el fomento del pensamiento crítico, todo ello para su comunicación pública a través de la plataforma digital CAIXAFORUM +	Estatal	https://caixaforumplus.org/c/que-miras , https://caixaforumplus.org/v/game-worlds , https://caixaforumplus.org/c/satelites-expert-series , https://caixaforumplus.org/p/algoritmos-la-nueva-servidumbre-voluntaria , https://caixaforumplus.org/c/que-miras , https://caixaforumplus.org/v/game-worlds , https://caixaforumplus.org/c/satelites-expert-series , https://caixaforumplus.org/p/algoritmos-la-nueva-servidumbre-voluntaria , https://caixaforumplus.org/c/festival-de-las-ideas-podcast-el-pensamiento-sale-a-la-calle , https://caixaforumplus.org/v/tomar-decisiones-en-la-era-de-la-inteligencia-artificial , https://caixaforumplus.org/v/intuicion-artificial-revolucion-creativa-entre-humanos-y-maquinas , https://caixaforumplus.org/v/que-es-la-realidad , https://caixaforumplus.org/p/como-repercute-la-ia-en-nuestras-vidas , https://caixaforumplus.org/p/quienes-somos-en-el-mundo-digital ,		
Fundación Bancaria Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona - La Caixa	Compra de derechos de terceros que, por su contenido, tengan por objeto, entre otras, la alfabetización mediática y el fomento del pensamiento crítico, todo ello para su comunicación pública a través de la plataforma digital CAIXAFORUM +	Estatal	https://caixaforumplus.org/c/maestros-del-periodismo , https://caixaforumplus.org/c/periodistes-converses-sobre-lofici , https://caixaforumplus.org/v/the-moment-of-truth , https://caixaforumplus.org/v/aphantasia ,		
Gestión de Contenidos Virtuales, S.L. / Acontraplus	Ciudadano Digital Cinéfilo	Estatal	https://docs.google.com/presentation/d/1a9KhWHhHV2arBwqt383s9cpt0Adm9kv_5p7m2jyqe3w/preview?slide=id.p1	https://lapantalladigital.com/noticia/a-contracorriente-films-y-acontra-crean-el-concepto-de-ciudadano-digital-cinefilo-cdc	
Gestión de Contenidos Virtuales, S.L. / Acontraplus	Suscripción para colectivos	Estatal	https://acontraplus.com/pages/colectivos		
Gestión de Contenidos Virtuales, S.L. / Acontraplus	Acción en Corto	Estatal			https://ver.acontraplus.com/content/accion-en-corto , https://x.com/iesmpt/status/1707816940197003520?s=48&t=bla6jyzdDbKd9ZFz7HlOw
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Hiperconectividad y uso de tecnología por los más jóvenes.	Estatal	https://www.teleset.es/la-mirada-critica/ , https://www.teleset.es/vamos-a-ver/		
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Ciberacoso	Estatal	https://www.cuarto.com/horizonte/ , https://www.cuarto.com/cuarto-milenio/ , https://www.teleset.es/la-mirada-critica/		
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	12 meses 12 casusas - Contra el acoso escolar	Estatal	https://www.mediaset.es/comunicacion/corporativo/20250829/12-meses-causas-septiembre-acoso-escolar-manu-carreno-embajador_18_016454393.html , https://www.mediaset.es/12meses/campanas/12-meses-12-causas-2025/20250831/plantale-cara-acoso-escolar_18_016402531.html , https://www.anar.org/plantale-cara/		
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	12 meses 12 casusas - Fomento de la lectura	Estatal	https://www.mediaset.es/comunicacion/corporativo/20250331/12-meses-causas-impulsa-abril-fomento-lectura-maria-casado-embajadora_18_015180803.html , https://www.mediaset.es/12meses/campanas/12-meses-12-causas-2025/20250331/lectura-viaje-lmites-imaginacion-frontera_18_015115720.html , https://fundaciongsr.org/12-meses-12-causas-la-lectura-fgsr-con-mediaset/		

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	12 meses 12 causas – Buen uso de las pantallas “Respetá y pide respeto”.	Estatal	https://www.mediaset.es/comunicacion/corporativo/12-meses/20240201/respeta-pide-respeto_18_011584060.html , https://www.mediaset.es/12meses/campanas/20240208/buen-uso-pantallas_18_011653802.html , https://fad.es/respeta/		
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	12 meses 12 causas – Desconexión digital.	Estatal	https://www.mediaset.es/comunicacion/corporativo/20250102/12-meses-causas-desconexion-digital_18_014403451.html , https://www.mediaset.es/12meses/campanas/12-meses-12-causas-2025/20250107/desconecta-reconectar_18_014430955.html , https://fad.es/noticias/12-meses-12-causas-promueve-en-enero-la-desconexion-digital-con-sandra-barneda-como-embajadora/ , https://fad.es/desconexion-digital/?gl=1*11hvkr3*up*MQ..*ga*NTIzMjY4LjE3NjE2MzYwODY.*ga*763PQ6FBN7*czE3NjE2MzYwODUkbzEKZzAkdDE3NjE2MzYwODUkaJYw/GwwJGg5MDc3NzY3NzM		
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Brecha digital mayores	Estatal	https://www.cuatro.com/en-boca-de-todos/ , https://www.teleset.es/fiesta/ , https://www.cuatro.com/horizonte/		
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Contras las fake news	Estatal	https://www.cuatro.com/television/a-la-carta/20250818/todo-es-mentira-programa-completo-video_18_016387844.html , https://www.cuatro.com/cuarto-milenio/ , https://www.cuatro.com/horizonte/ , https://www.teleset.es/la-mirada-critica/		
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Estafas, fraudes y timos telefónicos	Estatal	https://www.cuatro.com/en-boca-de-todos/ , https://www.teleset.es/la-mirada-critica/		
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Ciberfraude	Estatal	https://www.cuatro.com/horizonte/ , https://www.teleset.es/la-mirada-critica/		
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Agencia Española de Protección de Datos – Hay más riesgos en internet que en la vida real.	Estatal			
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Autocontrol, por una publicidad responsable	Estatal			
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Cibervoluntarios, aprende con cibervoluntarios.org	Estatal			
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Agencia Española de Protección de Datos – Hay más riesgos en internet que en la vida real	Estatal			
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Noticias - Uso positivo inteligencia artificial.	Estatal	https://www.teleset.es/informativos/ , https://www.cuatro.com/noticias/		
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Noticias - Buen uso tecnología	Estatal	https://www.teleset.es/informativos/ , https://www.cuatro.com/noticias/		
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Noticias - Usos delictivos en internet, redes sociales e inteligencia artificial	Estatal	https://www.teleset.es/informativos/ , https://www.cuatro.com/noticias/		
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Noticias - Fake news.	Estatal	https://www.teleset.es/informativos/ , https://www.cuatro.com/noticias/		

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Noticias - Influencers y youtubers.	Estatal	https://www.telefincos.es/informativos/ , https://www.cuarto.com/noticias/		
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Noticias - Menores y pantallas.	Estatal	https://www.telefincos.es/informativos/ , https://www.cuarto.com/noticias/		
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Noticias - Uso negativo inteligencia artificial	Estatal	https://www.telefincos.es/informativos/ , https://www.cuarto.com/noticias/		
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Noticias - Malos usos pantallas y redes sociales.	Estatal	https://www.telefincos.es/informativos/ , https://www.cuarto.com/noticias/		
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	Noticias - Bueno uso redes sociales.	Estatal	https://www.telefincos.es/informativos/ , https://www.cuarto.com/noticias/		
La Liga Group International, S.L.	Sistema FARO (anteriormente denominado LALIGA MOOD)	Estatal	https://www.inclusion.gob.es/web/oberaxe/w/el-sistema-faro-clave-contra-el-discurso-de-odio-racista-y-xenofobo-en-redes-sociales	https://www.inclusion.gob.es/web/oberaxe/discurso-de-odio , https://www.laliga.com/noticias/laliga-y-el-ministerio-de-inclusion-firmaran-un-convenio-para-ceder-el-uso-de-mood , https://www.inclusion.gob.es/w/el-ministerio-de-inclusion-y-laliga-firman-un-ambicioso-convenio-de-colaboracion-para-combatir-el-discurso-de-odio-desde-el-deporte	
Libertad Digital, S.A.	Audio artículo	Estatal	https://www.libertaddigital.com/libremercado/2025-10-14/martes-fedea-propone-un-nuevo-sistema-de-pensiones-asi-funcionaria-el-sistema-de-cuentas-nacionales-7307349/		
Liga Nacional de Fútbol Profesional	Sistema FARO (anteriormente denominado LALIGA MOOD)	Estatal	https://www.inclusion.gob.es/web/oberaxe/w/el-sistema-faro-clave-contra-el-discurso-de-odio-racista-y-xenofobo-en-redes-sociales	https://www.inclusion.gob.es/web/oberaxe/discurso-de-odio , https://www.laliga.com/noticias/laliga-y-el-ministerio-de-inclusion-firmaran-un-convenio-para-ceder-el-uso-de-mood , https://www.inclusion.gob.es/w/el-ministerio-de-inclusion-y-laliga-firman-un-ambicioso-convenio-de-colaboracion-para-combatir-el-discurso-de-odio-desde-el-deporte	
Multicanal Iberia, S.L.U.	Calificación por edades	Estatal			
Multicanal Iberia, S.L.U.	Campaña FAD	Estatal	https://fad.es/		
Multicanal Iberia, S.L.U.	Redes mortales	Estatal	https://amcnetworks.es/noticias/amc-crime/amc-crime-redesmortales/	https://www.youtube.com/watch?v=bUbGm61v1Q , https://www.instagram.com/reels/DL2l9kZMlx/ , https://www.instagram.com/reel/DLgyWfXvID6/ , https://www.instagram.com/p/DLcTC_pu1z0/ , https://www.facebook.com/474487811365442/posts/1143633004450916 , https://www.facebook.com/watch/?v=608132872367502 , https://www.facebook.com/watch/?v=1259221012539550 , https://www.larazon.es/television/muerte-redes-sociales_202506296860fe543be60c2da856b564.html , https://cdn.reputation.onclusive.com/t/gMlobOkT-q9GWdSKAU9Nf9nHH9CwA-pdf-zC/La_Voz_de_Galicia_20250630120000 , https://cdn.reputation.onclusive.com/t/gMlobOkT-cd89m0dRkap6O0ypQgrRQ-pdf-zC/Diario_de_Sevilla_20250630120000 , https://cdn.reputation.onclusive.com/t/gMlobOkT-XVpCRS6qkqpzqj03Wslqw-pdf-zC/Diario_de_Cadiz_20250630120000 , https://cdn.reputation.onclusive.com/t/gMlobOkT-6ZyhRJL54K7Qvf1c6Lbew-pdf-zC/Diario_de_Jerez_20250630120000 , https://cdn.reputation.onclusive.com/t/gMlobOkT-0mOlzxUlu0iT7Xsrzkmag-pdf-zC/Europa_Sur_20250630120000 , https://cdn.reputation.onclusive.com/t/gMlobOkT-ZrNgnWNQQUK54rJreyedjA-pdf-zC/Malaga_Hoy_20250630120000 , https://cdn.reputation.onclusive.com/t/gMlobOkT-ZM2wbhlZU6PeAq2xzBCw-pdf-zC/Granada_Hoy_20250630120000 , https://cdn.reputation.onclusive.com/t/gMlobOkT-BHscGaAbJ0iOC8n81b6YjQ-pdf-zC/Huelva_Informacion_20250630120000 , https://cdn.reputation.onclusive.com/t/gMlobOkT-vM6vqWQA8EGFUheXNcvrWw-pdf-zC/El_Dia_de_Cordoba_20250630120000	
Multicanal Iberia, S.L.U.	Salud cerebral	Estatal	https://amcnetworks.es/noticias/odisea/odisea-dia-mundial-del-cerebro/ , https://amcselekt.es/programa/generacion-pantallas	https://www.mundoplus.tv/programacion/documentales-y-factual-de-estreno-en-el-mes-de-julio-y-agosto-en-amc-networks/ , https://www.mundoplus.tv/programacion/odisea-conmemora-el-dia-mundial-del-cerebro-con-una-programacion-especial/#google_vignette	

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Multicanal Iberia, S.L.U.	Muerte en las redes sociales	Estatal	https://amcnetworks.es/noticias/amc-networks/muerte-en-redes-sociales-amc-crime-tinder-asesinato/ , https://amcselekt.es/blog/archivo-amccrime/muerte-en-las-redes-sociales/	https://www.youtube.com/watch?v=x3Ly2Vls0E , https://www.instagram.com/reel/Cq3SD1oaF7 , https://www.instagram.com/p/Cqk5-9wOsnf/ , https://www.facebook.com/watch/?v=873738527059400 , https://www.facebook.com/photo/?fbid=609382244542664&set=a.474369804710576 , https://www.facebook.com/watch/?v=275038221512704 , https://www.instagram.com/p/Cp-tPEALW1 , https://www.facebook.com/AMCCrime/posts/pfbid02kSoTX6veycN8tBVg5YxhwKnc06nN5jdaCiPuaFPpLoZUyxXVTh42mNQuP7AVstl , https://www.instagram.com/p/CpsyPwLiar/ , https://www.facebook.com/watch/?v=158619500377666 , https://www.facebook.com/photo/?fbid=586830536797835&set=a.474369804710576 , https://www.facebook.com/watch/?v=873738527059400 , https://www.instagram.com/p/Cpwpr86NXEH/ , https://nam12.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2Fwww.larazon.es%2Ftelevision%2Fmuerte-redes-sociales_202506296860fe543be60c2da856b564.html&data=05%7C02%7CMaria.ReinosoGarcia%40amcnetworks.com%7Cd8b3f95cdcce43b6908408de12301875%7C82914cc2e3534c0b96099a1deaac088e%7C0%7C0%7C63896195160467130%7CUnknown%7CTWFpbGzs3d8eyJFbX0eU1hcGkiOnRydWUslyOiwLjAuMDAwMCIsIlAiOjXaW4zMilskFOijoTWFpbCIsldUljoyfQ%3D%3D%7C0%7C%7C%7C&sdata=V7YP44VKnb4Q0Jxim8VINDNNGi3p2PB3zA9%2Fg74w0%3D&reserved=0 , https://nam12.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2Fwww.cineytele.com%2Fplay%2Fnoticias%2Fmuerte-en-las-redes-sociales-la-programacion-especial-de-amc-crime-sobre-los-peligros-de-internet%2F&data=05%7C02%7CMaria.ReinosoGarcia%40amcnetworks.com%7Cd8b3f95cdcce43b6908408de12301875%7C82914cc2e3534c0b96099a1deaac088e%7C0%7C0%7C638968195160489696%7CUnknown%7CTWFpbGzs3d8eyJFbX0eU1hcGkiOnRydWUslyOiwLjAuMDAwMCIsIlAiOjXaW4zMilskFOijoTWFpbCIsldUljoyfQ%3D%3D%7C0%7C%7C%7C&sdata=PHQ5iTKe42y31WupbvH%2Fw%2B1voKgJP2bwLoHD%2Bp67g%3D&reserved=0 , https://nam12.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2Fwww.neeo.es%2F2023%2F03%2F11%2Famc-crime-desenmascara-los-peligros-de-internet-en-muerte-en-las-redes-sociales%2F&data=05%7C02%7CMaria.ReinosoGarcia%40amcnetworks.com%7Cd8b3f95cdcce43b6908408de12301875%7C82914cc2e3534c0b96099a1deaac088e%7C0%7C0%7C638968195160502795%7CUnknown%7CTWFpbGzs3d8eyJFbX0eU1hcGkiOnRydWUslyOiwLjAuMDAwMCIsIlAiOjXaW4zMilskFOijoTWFpbCIsldUljoyfQ%3D%3D%7C0%7C%7C%7C&sdata=V7YP44VKnb4Q0Jxim8VINDNNGi3p2PB3zA9%2Fg74w0%3D&reserved=0 , https://nam12.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2Fwww.mundoplus.tv%2Fprogramacion%2Famc-crime-desenmascara-los-peligros-de-internet-en-muerte-en-las-redes-sociales%2F&data=05%7C02%7CMaria.ReinosoGarcia%40amcnetworks.com%7Cd8b3f95cdcce43b6908408de12301875%7C82914cc2e3534c0b96099a1deaac088e%7C0%7C0%7C638968195160515753%7CUnknown%7CTWFpbGzs3d8eyJFbX0eU1hcGkiOnRydWUslyOiwLjAuMDAwMCIsIlAiOjXaW4zMilskFOijoTWFpbCIsldUljoyfQ%3D%3D%7C0%7C%7C%7C&sdata=pCxJBhlMsxJUPEdbxuwcj4Nvukz6%2BtDwDeJwOsNmNM%3D&reserved=0	
Multicanal Iberia, S.L.U.	Estafas	Estatal	https://amcselekt.es/blog/archivo-amccrime/especial-estafadores-en-amc-crime/	https://www.youtube.com/watch?v=EjbwUD_OTw , https://www.instagram.com/reel/C7oceyGsozI/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFIZA== , https://www.facebook.com/watch/?v=1665080097624596 , https://www.instagram.com/reel/C7qlwYtsY0- , https://www.facebook.com/watch/?v=1642353669865983 , https://nam12.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2Fwww.neeo.es%2F2024%2F05%2F30%2Famc-crime-indaga-en-las-retorcidas-taticas-de-los-estafadores-con-el-estreno-de-un-especial-de-programacion%2F&data=05%7C02%7CMaria.ReinosoGarcia%40amcnetworks.com%7C89a7ded3db6e498fa5bb08de12eb1436%7C82914cc2e3534c0b96099a1deaac088e%7C0%7C0%7C638968998379879301%7CUnknown%7CTWFpbGzs3d8eyJFbX0eU1hcGkiOnRydWUslyOiwLjAuMDAwMCIsIlAiOjXaW4zMilskFOijoTWFpbCIsldUljoyfQ%3D%3D%7C0%7C%7C%7C&sdata=d18ZtOUvsAd%2F8Q%2B2W1I%2FmZIBhmmCPStYchBghYsA%2F%2F%3D&reserved=0 , https://nam12.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2Fwww.diariodeavila.es%2Fnoticia%2Fz9ef9d99b-f4e4-5ca6-eee3eb24e0acc2c%2F202405%2Fcuenta-areas-para-el-verano-con-las-mejores-historias&data=05%7C02%7CMaria.ReinosoGarcia%40amcnetworks.com%7C89a7ded3db6e498fa5bb08de12eb1436%7C82914cc2e3534c0b96099a1deaac088e%7C0%7C0%7C638968998379879301%7CUnknown%7CTWFpbGzs3d8eyJFbX0eU1hcGkiOnRydWUslyOiwLjAuMDAwMCIsIlAiOjXaW4zMilskFOijoTWFpbCIsldUljoyfQ%3D%3D%7C0%7C%7C%7C&sdata=Yc8RUpwGgoF2xWWIM13kUOyeK1O0ahOuAlCDpQOY8%3D&reserved=0 , https://nam12.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2Fwww.eldiadevalladolid.com%2Fnoticia%2Fz9ef9d99b-f4e4-5ca6-eee3eb24e0acc2c%2F202405%2Fcuenta-areas-para-el-verano-con-las-mejores-historias&data=05%7C02%7CMaria.ReinosoGarcia%40amcnetworks.com%7C89a7ded3db6e498fa5bb08de12eb1436%7C82914cc2e3534c0b96099a1deaac088e%7C0%7C0%7C638968998380151169%7CUnknown%7CTWFpbGzs3d8eyJFbX0eU1hcGkiOnRydWUslyOiwLjAuMDAwMCIsIlAiOjXaW4zMilskFOijoTWFpbCIsldUljoyfQ%3D%3D%7C0%7C%7C%7C&sdata=w4miu00mL0WlOEVmU1wh%2FtprP8FB%2Fn4g95wcB%2F9vvT4%3D&reserved=0	

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Multicanal Iberia, S.L.U.	Inteligencia Artificial	Estatal	https://amcnetworks.es/noticias/odisea/odisea-celebra-la-semana-de-la-ciencia-con-un-especial-de-programacion-dedicado-a-la-inteligencia-artificial/	https://www.youtube.com/watch?v=re9el7BpHQ , https://www.instagram.com/p/DCjyGwgNuzX/ , https://www.facebook.com/odisea.es/videos/1623152118413126/ , https://nam12.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2F%2Fcdn.reputation.onclusive.com%2Ft%2F%2Fv-AapjT-ARGNpi6OCeltuFdVh8tQ-pdf-zC%2F20_Minutos_Madrid_202411120000&data=05%7C02%7CMaria.ReinosoGarcia%40amcnetworks.com%7Cb98c4ea06575441e208208de11540ff3%7C82914cc2e3534c0b96099a1deaac088e%7C0%7C0%7C63896725024962876%7CUnknown%7CTWFpbGZsb3d8eyJFbXB0eU1hcGkiOnRydWUsIYiOiwLjAuMDAwMClsIaIoiJxaW4zMilF0ljoiTWFpbCIsIldUljoyQ%3D%3D%7C0%7C%7C&sdata=2%2B%2FZSpzbVMkSnB37HUZTxdl2c%2FSQxi9oWxdWQo3Bp4E%3D&reserved=0 , https://nam12.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2F%2Fcdn.reputation.onclusive.com%2Ft%2FcJKmZpjT-ZQOnuOyOUOg7P0Kx7zng-pdf-zC%2FDiario_de_Teruel_20241110120000&data=05%7C02%7CMaria.ReinosoGarcia%40amcnetworks.com%7Cb98c4ea06575441e208208de11540ff3%7C82914cc2e3534c0b96099a1deaac088e%7C0%7C0%7C638967250249654119%7CUnknown%7CTWFpbGZsb3d8eyJFbXB0eU1hcGkiOnRydWUsIYiOiwLjAuMDAwMClsIaIoiJxaW4zMilF0ljoiTWFpbCIsIldUljoyQ%3D%3D%7C0%7C%7C&sdata=noz4JMydRtjNEqLUXEx9Vipy8EBZadc5Gcotp19U%3D&reserved=0 , https://nam12.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2F%2Fcdn.reputation.onclusive.com%2Ft%2FQgMYWNkT-KpIGlcdVpEajzZ1PspurEQ-pdf-zC%2FEL_Dia_de_la_Rioja_20250211120000&data=05%7C02%7CMaria.ReinosoGarcia%40amcnetworks.com%7Cb98c4ea06575441e208208de11540ff3%7C82914cc2e3534c0b96099a1deaac088e%7C0%7C0%7C638967250249706562%7CUnknown%7CTWFpbGZsb3d8eyJFbXB0eU1hcGkiOnRydWUsIYiOiwLjAuMDAwMClsIaIoiJxaW4zMilF0ljoiTWFpbCIsIldUljoyQ%3D%3D%7C0%7C%7C&sdata=eh%2FomArNfsGKoIY5uS6J5gzIGuOSAs7%2B%2FT27T4Bj9s%3D&reserved=0	
Multicanal Iberia, S.L.U.	Datos personales	Estatal	https://amcnetworks.es/noticias/odisea/odisea-datos-personales-un-mundo-secreto/	https://nam12.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2F%2Fcdn.reputation.onclusive.com%2Ft%2FQgMYWNkT-KpIGlcdVpEajzZ1PspurEQ-pdf-zC%2FEL_Dia_de_la_Rioja_20250211120000&data=05%7C02%7CMaria.ReinosoGarcia%40amcnetworks.com%7Cb98c4ea06575441e208208de11540ff3%7C82914cc2e3534c0b96099a1deaac088e%7C0%7C0%7C638967250249706562%7CUnknown%7CTWFpbGZsb3d8eyJFbXB0eU1hcGkiOnRydWUsIYiOiwLjAuMDAwMClsIaIoiJxaW4zMilF0ljoiTWFpbCIsIldUljoyQ%3D%3D%7C0%7C%7C&sdata=eh%2FomArNfsGKoIY5uS6J5gzIGuOSAs7%2B%2FT27T4Bj9s%3D&reserved=0	

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Multicanal Iberia, S.L.U.	Recordar para no repetir	Estatal	https://amcnetworks.es/noticias/canal-historia/canal-historia-recordar-para-no-repetir/	https://www.instagram.com/reel/DLWmAptHDe/ , https://www.instagram.com/reel/DLB_pjCI_AE/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWF1ZA==,https://www.instagram.com/reel/DKjGH9mB-a/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWF1ZA== , https://www.facebook.com/CanaldeHISTORIASpain/videos/1238626711332695 , https://www.facebook.com/CanaldeHISTORIASpain/videos/672130542355803 , https://www.facebook.com/CanaldeHISTORIASpain/posts/pfbid02hrXcnEQmYbLAAJxwZL15SLHXjuEz8gPBHcVM8Vky2WCXob55R3zHcVPaKzwVM38GI , https://www.facebook.com/CanaldeHISTORIASpain/videos/1458630801796977 , https://x.com/CanaldeHistoria/status/1938115084800184665 , https://x.com/CanaldeHistoria/status/1935215962090803274 , https://x.com/CanaldeHistoria/status/1930867284173566388 , https://www.youtube.com/watch?v=APmhyTy5w3w,https://amcselekt.es/blog/archivo-canal-historia/recordar-para-no-repetir,https://cdn.reputation.onclusive.com/t/oIMQpOKT-7uadpAld9EWZV1Aidl00Aw-pdf-zC/Control_Estrategias_CTRL_20250701120000 , https://www.controlpublicidad.com/campanas-publicitarias/canal-historia-alerta-sobre-el-auge-del-neonazismo/ , https://www.extradigital.es/canal-historia-alerta-sobre-el-auge-del-neonazismo-mediente-una-impactante-campana-visual-nac/ , https://www.marketingnews.es/marcas/noticia/1188530054305/impactante-campana-de-canal-historia-que-conecta-el-holocausto-con-delitos-actuales_1.html , https://reputation.onclusive.com/Public/IndexReview?ticket=954C2CADB34A42B251B3C49316661D3CFAC0571DEB2B1207DAC584D82B7569749E76829523D2E3D1A8D1131D3DBEF2E8E25AD01D171E81AF5BA4D1090937A20D0FD0FFED7D9E8750C4FCFA0F3C154E82839183DBFBEC736B9BD6A16CF07886FC7799DFD6CF12E5F2AC2F6670CCE17441FB25450E86A09C4BC35CC25F361E61C81351BD67726CE31BD604E9D89EA81ADC4A98E74CAEFAAD6A1BB9E81CC3FB8FA4947C0A94FFC087B6347F70B0AE70950 , https://www.elconfidencialdigital.com/articulo/el-chivato/canal-historia-neonazismo-que-extiende-tiktok/20250611050000967924.html , https://www.periodicopublicidad.com/articulo/spots/canal-historia-alerta-auge-neonazismo/20250609121729159320.html , https://cdn.reputation.onclusive.com/t/oWHQZOKT-VjXP0K0vRUKPX4HDnTDpxg-pdf-zC/Diario_de_Burgos_20250612120000 , https://www.neeo.es/2025/06/10/canal-historia-alerta-sobre-el-auge-del-neonazismo-mediente-una-impactante-campana-visual/	
Multicanal Iberia, S.L.U.	Cine europeo	Estatal	https://amcselekt.es/blog/archivo-sundancetv/un-viaje-por-italia-a-traves-del-cine/ , https://amcselekt.es/blog/archivo-sundancetv/las-grandes-series-del-nordic-noir/	https://festivalcinesantander.com/noticias/el-festival-de-cine-de-santander-presenta-la-programacion-de-la-seccion-sundance-tv/ , https://serielizados.com/5-razones-para-ver-hijos-de-la-nieve-un-nordic-noir-para-puristas/	

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Multicanal Iberia, S.L.U.	Diversidad	Estatal	https://amcselekt.es/blog/archivo-sundancetv/ni-un-paso-atras-por-el-orgullo/ , https://amcselekt.es/blog/archivo-sundancetv/ellas-protagonizan-marzo/	https://noescinetodoloquereluce.com/2024/04/sundancetv-preestrena-la-serie-split-en-la-13a-muestra-de-cine-lesbico-en-madrid.html , https://www.elpublicista.es/medios/sundancetv-crea-circuito-ilustraciones-madrid-motivo-orgullo , https://nam12.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2Fwww.neeo.es%2F2025%2F07%2F03%2Fsundancetv-se-suma-a-la-marcha-del-orgullo-en-madrid-con-su-propia-carroza-y-la-produccion-de-un-videoclip%2F&data=05%7C02%7CMaria.ReinosoGarcia%40amcnetworks.com%7C110d54399f4b41650be108de155d73f8%7C82914cc2e3534c0b96099a1deaac088e%7C0%7C0%7C638971688882014116%7CUnknown%7CTWFpbGZsb3d8eyJFbXB0eU1hcGkiOnRydWUsIlYiOiwLjAuMDAwMClsIlAiOjXaW4zMiIsIkFOljoiTWFpbCIsIldUljoyfQ%3D%3D%7C0%7C%7C&sdata=9cGeNbBbVRZYyEjBEkqzu2snE7D4Qje6XjTLNPERla%3D&reserved=0 , https://nam12.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2Fwww.larazon.es%2Ftelevision%2F20220308%2Fxxfo4kjkf5pfyq24tgj5d2m.html&data=05%7C02%7CMaria.ReinosoGarcia%40amcnetworks.com%7C110d54399f4b41650be108de155d73f8%7C82914cc2e3534c0b96099a1deaac088e%7C0%7C0%7C638971688881756227%7CUnknown%7CTWFpbGZsb3d8eyJFbXB0eU1hcGkiOnRydWUsIlYiOiwLjAuMDAwMClsIlAiOjXaW4zMiIsIkFOljoiTWFpbCIsIldUljoyfQ%3D%3D%7C0%7C%7C&sdata=UvnELKKXjUyOKvetBMLwvkw%2F64kIDILS7wVGzQVve%3D&reserved=0 , https://nam12.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2Fwww.mundoplus.tv%2Fcine%2Fsundancetv-reivindica-a-la-mujer-en-el-cine-creadoras%2F&data=05%7C02%7CMaria.ReinosoGarcia%40amcnetworks.com%7C110d54399f4b41650be108de155d73f8%7C82914cc2e3534c0b96099a1deaac088e%7C0%7C0%7C638971688881798492%7CUnknown%7CTWFpbGZsb3d8eyJFbXB0eU1hcGkiOnRydWUsIlYiOiwLjAuMDAwMClsIlAiOjXaW4zMiIsIkFOljoiTWFpbCIsIldUljoyfQ%3D%3D%7C0%7C%7C%7C&sdata=C9l7%2FuzbhqZIECr0QMqKqR0%2BbhWLgt0uWBigNIL3v0%3D&reserved=0 , https://nam12.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2Fwww.mundoplus.tv%2Fcine%2Fsundancetv-conmemora-el-mes-del-orgullo-lgtbiq-con-una-programacion-especial%2F&data=05%7C02%7CMaria.ReinosoGarcia%40amcnetworks.com%7C110d54399f4b41650be108de155d73f8%7C82914cc2e3534c0b96099a1deaac088e%7C0%7C0%7C638971688881858075%7CUnknown%7CTWFpbGZsb3d8eyJFbXB0eU1hcGkiOnRydWUsIlYiOiwLjAuMDAwMClsIlAiOjXaW4zMiIsIkFOljoiTWFpbCIsIldUljoyfQ%3D%3D%7C0%7C%7C%7C&sdata=C9l7%2FuzbhqZIECr0QMqKqR0%2BbhWLgt0uWBigNIL3v0%3D&reserved=0 , https://nam12.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2Fwww.larazon.es%2Ftelevision%2Fpantalla-s-visten-arciris-libertad-20250628120000&data=05%7C02%7CMaria.ReinosoGarcia%40amcnetworks.com%7C110d54399f4b41650be108de155d73f8%7C82914cc2e3534c0b96099a1deaac088e%7C0%7C0%7C63897168888188646%7CUnknown%7CTWFpbGZsb3d8eyJFbXB0eU1hcGkiOnRydWUsIlYiOiwLjAuMDAwMClsIlAiOjXaW4zMiIsIkFOljoiTWFpbCIsIldUljoyfQ%3D%3D%7C0%7C%7C%7C&sdata=HadNwiArEUpzQbxyNx8DitrdeTQiWwp0b6NsaswYA9w%3D&reserved=0 , https://nam12.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2Fwww.larazon.es%2Ftelevision%2Fpantalla-s-visten-arciris-libertad-202506306862debe11ba9753e9e38199.html&data=05%7C02%7CMaria.ReinosoGarcia%40amcnetworks.com%7C110d54399f4b41650be108de155d73f8%7C82914cc2e3534c0b96099a1deaac088e%7C0%7C0%7C638971688881938728%7CUnknown%7CTWFpbGZsb3d8eyJFbXB0eU1hcGkiOnRydWUsIlYiOiwLjAuMDAwMClsIlAiOjXaW4zMiIsIkFOljoiTWFpbCIsIldUljoyfQ%3D%3D%7C0%7C%7C%7C&sdata=0c7lsPP1H2GnsA8FDGD0o7PBUSHAA07zOsZPSPba%2B4%3D&reserved=0 , https://nam12.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2Fwww.larazon.es%2Ftelevision%2Fperiodico-de-aragon-20250628120000&data=05%7C02%7CMaria.ReinosoGarcia%40amcnetworks.com%7C110d54399f4b41650be108de155d73f8%7C82914cc2e3534c0b96099a1deaac088e%7C0%7C0%7C638971688881998269%7CUnknown%7CTWFpbGZsb3d8eyJFbXB0eU1hcGkiOnRydWUsIlYiOiwLjAuMDAwMClsIlAiOjXaW4zMiIsIkFOljoiTWFpbCIsIldUljoyfQ%3D%3D%7C0%7C%7C%7C&sdata=mcvX0%2FDyvvBWSwBFdNeoDmkSaw5WoMX7IHoMbrVQhj0%3D&reserved=0 , https://nam12.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2Fwww.larazon.es%2Ftelevision%2Ffaro-de-vigo-20250724120000&data=05%7C02%7CMaria.ReinosoGarcia%40amcnetworks.com%7C110d54399f4b41650be108de155d73f8%7C82914cc2e3534c0b96099a1deaac088e%7C0%7C0%7C638971688882043%7CUnknown%7CTWFpbGZsb3d8eyJFbXB0eU1hcGkiOnRydWUsIlYiOiwLjAuMDAwMClsIlAiOjXaW4zMiIsIkFOljoiTWFpbCIsIldUljoyfQ%3D%3D%7C0%7C%7C%7C&sdata=R9sPV8BTLGb3flF9l9%2BzTrWths9EE7u9wErtnXK%2FIY%3D&reserved=0 , https://nam12.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2Fwww.larazon.es%2Ftelevision%2Fshangay-20250620120000&data=05%7C02%7CMaria.ReinosoGarcia%40amcnetworks.com%7C110d54399f4b41650be108de155d73f8%7C82914cc2e3534c0b96099a1deaac088e%7C0%7C0%7C638971688882058497%7CUnknown%7CTWFpbGZsb3d8eyJFbXB0eU1hcGkiOnRydWUsIlYiOiwLjAuMDAwMClsIlAiOjXaW4zMiIsIkFOljoiTWFpbCIsIldUljoyfQ%3D%3D%7C0%7C%7C%7C&sdata=IMizfl95B4fSLnpDlmjW7bOL8iBls8VZSAYk6ZpUUJU8%3D&reserved=0	

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
NBC Universal Global Networks España, S. L.	Información accesibilidad en EPG	Estatal			
NBC Universal Global Networks España, S. L.	Calificación y señalización de los contenidos	Estatal			
NBC Universal Global Networks España, S. L.	13 Crímenes	Estatal			
NBC Universal Global Networks España, S. L.	Campaña Fundación AnaBella	Estatal	https://www.fundacionanabella.org/que-hacemos/programa-amiga-red-de-mujeres/		
NBC Universal Global Networks España, S. L.	Campañas Autocontrol, Asociación Agencias de Medios y Academia de la Publicidad	Estatal			
NEGOCIOS TV (Business Videns SL)	Alfabetización mediáticas	Estatal			
Radio Televisión Madrid, S.A.U. (RTVM)	Campaña de divulgación, en colaboración con la Consejería de Digitalización de la Comunidad de Madrid, sobre el uso de la tecnología, la alfabetización mediática y la inteligencia artificial	Estatal	https://www.telemadrid.es/la-semana-de/digitalizacion/ , https://www.telemadrid.es/tag/Digitalizacion/ , https://www.telemadrid.es/tecnologia/?page=99 , https://www.telemadrid.es/tag/Consejeria-de-Digitalizacion/ , https://www.telemadrid.es/programas/madrid-trabaja/La-Comunidad-de-Madrid-lidera-el-sector-de-la-digitalizacion-y-apuesta-por-formar-a-los-profesionales-9-2693520637--20240801041000.html		
Rakuten TV Europe, S. L. U.	Noticiarios/ Contenido informativo	Estatal	https://www.rakuten.tv/es/live_channels/historia-y-vida?q=noticias , https://www.rakuten.tv/es/live_channels/el-pais?q=noticias	https://www.adslzone.net/reportajes/tv-streaming/canales-rakuten-tv/ , https://cadenaser.com/nacional/2024/04/18/el-pais-tv-ya-esta-disponible-en-rakuten-tv-cadena-ser/	
Rakuten TV Europe, S. L. U.	Contenido educativo	Estatal	https://www.rakuten.tv/es/live_channels/pocoyo , https://www.rakuten.tv/es/search?q=lingokids&content_type=tv_shows&tv_show_id=lingokids-songs-for-kids&content_id=lingokids-songs-for-kids-1-91aed83f-99f5-4374-a124-78df1014256a , https://www.rakuten.tv/es/search?q=telmo%20y%20tula&content_type=tv_shows&tv_show_id=telmo-y-tula-cocineros&content_id=telmo-y-tula-cocineros-1 , https://www.rakuten.tv/es/search?q=telmo%20y%20tula&content_type=tv_shows&tv_show_id=telmo-y-tula-manualidades&content_id=telmo-y-tula-manualidades-1	https://lingokids.com/es/prensa/lingokids-contenidos-infantiles-rakuten	
Rakuten TV Europe, S. L. U.	Diversidad cultural	Estatal		https://rakuten.tv/es/movies/we-all-play , https://www.revry.tv/news/mira-pelulas-y-series-lgbtq-en-el-canal-de-rakuten-tv-170?srsltid=AfmBOoowhh45b3nHXtrINOPaGizhpk5ZWExGbl1YUebAhT-y6AA0zFKY , https://elpais.com/deportes/2024-07-13/we-all-play-el-documental-de-rakuten-tv-que-busca-derribar-barreras-en-la-inclusion-de-la-comunidad-lgbtqia-en-el-deporte.html	
Rakuten TV Europe, S. L. U.	Restricciones de visualización	Estatal	https://ayuda.rakuten.tv/hc/es/articles/203711603-C%C3%B3mo-puedo-configurar-el-Control-Parental		https://www.rakuten.tv/es/settings/parental-controls
Rakuten TV Europe, S. L. U.	Bloqueo de compras	Estatal	https://ayuda.rakuten.tv/hc/es/articles/203711603-C%C3%B3mo-puedo-configurar-el-Control-Parental	https://www.rakuten.tv/es/settings/parental-controls	
Rakuten TV Europe, S. L. U.	Calificación por edades	Estatal	https://www.rakuten.tv/es/pages/age_self_rating		
Rakuten TV Europe, S. L. U.	Políticas corporativas, colaboraciones y formaciones que fomenten valores relacionados con la alfabetización (Grupo Rakuten)	Estatal	Links internos		

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Rakuten TV Europe, S. L. U.	AVOD for Impact	Estatal	https://fpdeseo.org/rakuten-tv-impulsa-nuestra-labor-con-600-000-impresiones-gratuitas-en-la-tercera-edicion-de-avod-for-impact/	https://www.greenme.it/esg/sapevi-guardando-annunci-stai-contribuendo-combattere-violenza-genere/ , https://mediakey.it/news/rakuten-tv-conclude-la-terza-edizione-della-campagna-avod-for-impact-con-un-rinnovato-impegno-per-la-sostenibilita-sociale/vgmag.it/340038/avod-for-impact-conclusa-la-terza-edizione-con-rakuten-tv/ , https://pressview.it/rakuten-tv-annuncia-il-successo-della-terza-edizione-di-avod-for-impact-gli-spazi-pubblicitari-sono-gratuiti-in-nome-del-sociale/ , https://www.advanced-television.com/2025/02/26/third-edition-of-rakutens-avod-for-impact-campaign-concludes/ , https://presseagence.fr/paris-rakuten-tv-acheve-la-3eme-edition-de-sa-campagne-avod-for-impact/ , https://sustainabilitymag.com/articles/how-rakuten-tv-supports-ngo-impact-on-screens/ , https://www.todotnews.com/rakuten-tv-refuerza-su-compromiso-con-el-impacto-social/ , https://advanced-television.com/2024/10/09/rakuten-tv-reinforces-commitment-to-sustainability/ , https://mediakey.it/news/rakuten-tv-per-limpatto-sociale/ , https://www.thinkmovies.it/rakuten-tv-rafforza-il-suoi-impieghi-sullimpatto-sociale/	
Real Madrid Club de Fútbol	Valores que importan	Estatal	https://www.youtube.com/watch?v=CJqq3RqhU3A		
Real Madrid Club de Fútbol	Sports Values Academy FRM (OTT)	Estatal	https://formacion.realmadridfundacion.org/videos/category/20690-cursos-premium-sport-values-academy		
Real Madrid Club de Fútbol	Historias con Alma	Estatal	https://play.realmadrid.com/video/484617	Emisión de los distintos capítulos.	
Real Madrid Club de Fútbol	Protocolo general de colaboración de lucha contra el fraude financiero (PAFF)	Estatal	https://www.cnmv.es/portal/aldia/detalle-evento?id=27	Reuniones de continuidad del Foro. Curso UIMP-CNMV “Panorama actual y desafíos emergentes en la prevención y detección del fraude financiero” Julio 2025, Nota de prensa y difusión del propio Foro	
Real Madrid Club de Fútbol	Jornada UTECA y DIRCOM: Seguridad Nacional y campañas de desinformación: el papel de los medios, las empresas y la gestión de crisis	Estatal			
Real Madrid Club de Fútbol	Foro desinformación de Seguridad Nacional	Estatal	2023: https://www.dsn.gob.es/es/publicaciones/otras-publicaciones/Foro-desinformacion-ambitoSN-trabajos2023 , 2024: https://www.dsn.gob.es/es/publicaciones/otras-publicaciones/trabajos-foro-contra-campanas-desinformacion-iniciativas-2024	https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2022-9965 , https://www.dsn.gob.es/es/actualidad/sala-prensa/constituci%C3%B3n-del-foro-contra-campa%C3%A1a-desinformaci%C3%B3n-%C3%A1mbito-seguridad , https://www.dsn.gob.es/es/busquedas?key=Presentaci%C3%B3n+Trabajos+2023+-+Foro+contra+las+Campan%C3%A1as+de+Desinformaci%C3%B3n+en+el+%C3%A1mbito+de+la+Seguridad+Nacional	
Real Madrid Club de Fútbol	Barómetro UTECA	Estatal	https://uteca.tv/barometro-2023-la-percepcion-social-de-la-television-en-abierto		
Real Madrid Club de Fútbol	Campaña Publicitaria UTECA 2023	Estatal	https://vimeo.com/849386784?share=copy	https://uteca.tv/cani-fernandez-presidenta-de-la-cnmc-hay-un-clamor-social-por-el-acceso-de-los-menores-a-contenidos-que-puedan-afectar-a-su-desarrollo-fisico-emocional-neuronal-y-moral/ , https://uteca.tv/la-presidenta-de-la-cnmc-cani-fernandez-aboga-por-un-desarrollo-del-sector-audiovisual-donde-los-agentes-que-compitan-por-audiencias-parecidas-tengan-obligaciones-semejantes/	https://uteca.tv/uteca-ami-y-aerc-lanzan-una-campana-conjunta-sobre-el-valor-del-periodismo-contra-los-bulos
Real Madrid Club de Fútbol	Jornada Anual UTECA	Estatal		https://uteca.tv/uteca-2024-mesa-redonda-la-desproteccion-de-los-menores-en-las-redes-sociales , https://uteca.tv/jornada-uteca-2024-mesa-redonda-nuevos-modelos-de-publicidad-para-los-nuevos-tiempos/ , https://uteca.tv/jornada-uteca-2024-mesa-redonda-el-valor-social-de-los-medios-de-comunicacion , https://uteca.tv/jornada-uteca-2024-mesa-redonda-inteligencia-artificial-regulacion riesgos-y-oportunidades , https://uteca.tv/jornada-uteca-2024-mesa-redonda-empresas-ante-la-ia-nuevos-retos/ , https://uteca.tv/cani-fernandez-presidenta-de-la-cnmc-hay-un-clamor-social-por-el-acceso-de-los-menores-a-contenidos-que-puedan-afectar-a-su-desarrollo-fisico-emocional-neuronal-y-moral/	https://uteca.tv/jornada-uteca-2024-mesa-redonda-la-desproteccion-de-los-menores-en-las-redes-sociales , https://uteca.tv/jornada-uteca-2024-mesa-redonda-nuevos-modelos-de-publicidad-para-los-nuevos-tiempos/ , https://uteca.tv/jornada-uteca-2024-mesa-redonda-el-valor-social-de-los-medios-de-comunicacion , https://uteca.tv/jornada-uteca-2024-mesa-redonda-inteligencia-artificial-regulacion riesgos-y-oportunidades , https://uteca.tv/jornada-uteca-2024-mesa-redonda-empresas-ante-la-ia-nuevos-retos/ , https://uteca.tv/cani-fernandez-presidenta-de-la-cnmc-hay-un-clamor-social-por-el-acceso-de-los-menores-a-contenidos-que-puedan-afectar-a-su-desarrollo-fisico-emocional-neuronal-y-moral/
Sociedad Pública de Radiodifusión y Televisión Extremeña, S.A.U. (Canal Extremadura)	Alfabetización mediática en Canal Extremadura Televisión: “DÓNDE ANDAS”	Estatal	http://www.canalextremadura.es y https://play.canalextremadura.tv/		

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Sociedad Pública de Radiodifusión y Televisión Extremeña, S.A.U. (Canal Extremadura)	Alfabetización mediática en Canal Extremadura Televisión: "A NUESTRA SALUD"	Estatal	http://www.canaletremadura.es y https://play.canaletremadura.tv/		
Sociedad Pública de Radiodifusión y Televisión Extremeña, S.A.U. (Canal Extremadura)	Alfabetización mediática en Canal Extremadura Televisión: "Escúchame!"	Estatal	http://www.canaletremadura.es y https://play.canaletremadura.tv/		
Sociedad Pública de Radiodifusión y Televisión Extremeña, S.A.U. (Canal Extremadura)	Alfabetización mediática en Canal Extremadura Televisión y Multimedia: La Besana en Verde.	Estatal	http://www.canaletremadura.es y https://play.canaletremadura.tv/		
Sociedad Pública de Radiodifusión y Televisión Extremeña, S.A.U. (Canal Extremadura)	Alfabetización mediática en Canal Extremadura Televisión y Multimedia: Internet es real, campaña de ciberseguridad de la Universidad Extremadura, el Centro Universitario de Mérida y Canal Extremadura.	Estatal	http://www.canaletremadura.es y https://play.canaletremadura.tv/		
Sociedad Pública de Radiodifusión y Televisión Extremeña, S.A.U. (Canal Extremadura)	Alfabetización mediática en Canal Extremadura Televisión y Multimedia: CONEXIÓN EXTREMADURA	Estatal	http://www.canaletremadura.es y https://play.canaletremadura.tv/		
Sociedad Pública de Radiodifusión y Televisión Extremeña, S.A.U. (Canal Extremadura)	Alfabetización mediática en Canal Extremadura Televisión y Multimedia. Muévete. Programa cultural.	Estatal	www.canaletremadura.es www.canaletremadura.app		
Sony Pictures Entertainment Iberia SLU	The silver credit	Estatal	https://controlpublicidad.com/campanas-publicitarias/macarena-gomez-abandera-el-movimiento-the-silver-credit/	https://www.telva.com/uestudio/2024/12/19/6762dc1201a2f15e7a8b45a9.html , https://entremayores.es/ocio-y-cultura/the-silver-credit-un-movimiento-que-busca-mas-protagonismo-para-las-actrices-de-mas-de-50-anos/ , https://www.larazon.es/gente/famosos/lomana-lola-herrera-lara-alvarez-marta-hazas-triunfan-premios-women-inspira_202506176851c94d0221901ab111f823.html , https://www.mujeresaseguir.com/cultura/noticia/1186230048715/the-silver-credit-las-actrices-se-movilizan-para-pedir-mas-protagonistas-femeninas-50-1.html , https://controlpublicidad.com/campanas-publicitarias/el-movimiento-the-silver-credit-sigue-avanzando/	
Sony Pictures Entertainment Iberia SLU	Acompañar es tarea de todos y todas. Campaña FAD - Fundación FAD Juventud	Estatal	https://fad.es/campana/acompanar-es-tarea-de-todos-y-todas/?_gl=1*1eughdn*up*MQ_*ga*MTA4Mzc5MDY4Ni4xNzYwNTMwOTQ2*ga_763PQ6FBN7*czE3NjA1MzA5NDUKbzEkZzEkde3NjA1MzA5ODAkjl1JGwwJGgxMDc2NjA3Njc0	https://www.europapress.es/epsocial/infancia/noticia-fad-lanza-acompanar-tarea-todos-todas-concienciar-acompanamiento-digital-seguro-saludable20240510123729.html#google_vignette , https://agendaaudiovisual.castillalamancha.es/noticias/acompanamiento-digital , https://revistaindependientes.com/la-fad-acompana-a-las-familias-con-recomendaciones-en-los-entornos-digitales-de-adolescentes-y-jovenes/ , https://www.abc.es/familia/padres-hijos/fad-20240510165008-nt.html	
Telefónica Audiovisual Digital, S. L. U.	Oferta de entretenimiento de calidad atendiendo a valores	Estatal	https://www.movistarplus.es/	Nos remitimos a las notas de prensa públicas sobre estrenos de contenido.	
Telefónica Audiovisual Digital, S. L. U.	Portal web movimiento azul y plataforma educativa.	Estatal	https://www.movistar.es/sites/movimiento-azul , https://www.movistar.es/sites/movimiento-azul/plataforma-educativa	Contenidos propios elaborados con expertos de referencia publicados en web, amplificados por rr.ss. (Movistar, Telefónica, Movistar Plus+, Fundación Telefónica...) y comunicación interna de Telefónica; diferentes eventos y activaciones presenciales e híbridas realizadas en Espacio Movistar.	
Telefónica Audiovisual Digital, S. L. U.	Documental Generación Click. Movistar Plus+ y Movistar España	Estatal	https://www.movistarplus.es/documentales/generacion-click/ficha?tipo=E&id=3490748 , https://www.movistar.es/sites/movimiento-azul/plataforma-educativa/conductas-y-contenidos-de-riesgo/Educacion-digital-Generacion-Click , https://espacio.fundaciontelefonica.com/evento/presentacion-documental-generacion-click/	Movistar y Movistar Plus+ difunden en todas sus plataformas: tv lineal, tv bajo demanda, Movimiento Azul, newsletter a clientes Movistar, redes sociales, canales internos, evento de presentación con mesa debate con expertos y familias...	

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Telefónica Audiovisual Digital, S. L. U.	Voces por movimiento azul con María Zabala	Estatal	https://www.movistar.es/sites/movimiento-azul/plataforma-educativa/voces , https://www.youtube.com/playlist?list=PLiM4HTmcqpD2EUf3schWGnUee7FYVxDlm	Eventos presenciales en Espacio Movistar, contenidos de reflexión de los expertos participantes en Movimiento Azul, píldoras en redes sociales, comunicación en canales internos.	
Telefónica Audiovisual Digital, S. L. U.	Congreso Construyendo juntos el mundo digital que nuestros menores merecen	Estatal	https://espacio.fundaciontelefonica.com/evento/construyendo-juntos-el-mundo-digital-que-nuestros-menores-merecen/		
Telefónica Audiovisual Digital, S. L. U.	Movistar News, newsletter Movistar con expertos, acciones en RRSS y Revista Movistar.	Estatal	https://www.tecnicos.es/especiales/20241209/entrega-primer-movil-ninos-movistar-news_18_014205933.html		
Telefónica Audiovisual Digital, S. L. U.	Campaña "Malamadre en modo avión" – Club de Malasmadres y Movistar	Estatal	https://clubdemalasmadres.com/malamadre-en-modo-avion/ , https://espacio.fundaciontelefonica.com/evento/malamadre-en-modo-avion/	Campaña de comunicación multiplataforma, difusión en medios y rr. ss.	
Telefónica Audiovisual Digital, S. L. U.	Campaña "Family Game" – Club de Malasmadres y Movistar	Estatal	https://familygame.es/	Campaña "Family Game"	
Telefónica Audiovisual Digital, S. L. U.	Campaña y evento "Cambia el story, cambia la historia" – Club de Malasmadres y Movistar – Espacio Movistar	Estatal	https://www.instagram.com/p/DKycmEuNzna/?igsh=MW02YTQzbm1qbnppeA== , https://www.instagram.com/p/DLW6vfLlmRD/?igsh=MTE2cHp6bHlxHrNw== , https://www.instagram.com/reel/DLakkZGu02Y/?igsh=eG92eW5senM0cmFv , https://www.instagram.com/reel/DLog58LPkGO/?igsh=bnJndHjYmRtMDA4 , https://www.instagram.com/reel/DL1Zx5Plhgo/?igsh=b2d1aTFrNWZwMzE4	Campaña y evento "Cambia el story. Cambia la historia"	
Telefónica Audiovisual Digital, S. L. U.	Página web Menores y Uso responsable Telefónica + Compromiso de Telefónica + Informes sostenibilidad	Estatal	https://www.telefonica.com/es/sostenibilidad-innovacion/sociedad/menores-y-uso-responsable/ , https://www.telefonica.com/es/nosotros/politicas-publicas-y-regulacion/posicionamiento/proteccion-de-menores-entorno-digital/ , https://www.telefonica.com/es/accionistas-inversores/informacion-financiera/historico-de-informes-anuales/2022/ , https://www.telefonica.com/es/accionistas-inversores/informacion-financiera/historico-de-informes-anuales/2023/		
Telefónica Audiovisual Digital, S. L. U.	BRANDED CONTENT - Claves para contribuir a crear un entorno digital seguro para tus hijos	Estatal	https://native.elmundo.es/2025/07/15tel/index.html	Campaña realizada en branded content, creación de contenido de calidad, cuyo objetivo no es sólo comunicar los beneficios de un producto o servicio, sino transmitir una experiencia a sus usuarios para conectar con ellos. Foco en las habilidades digitales, así como en la alfabetización digital.	
Telefónica Audiovisual Digital, S. L. U.	Cuento infantil "Cinco semanas y un día – Colaboración Ethic y Movistar	Estatal	https://ethic.es/cuentos-4-future/cinco-semanas-y-un-dia/ , https://ethic.es/wp-content/uploads/2023/08/ficha-didactica-cinco-semanas-un-dia.pdf	Publicación digital y descarga gratuita del cuento y la guía en la web de Ethic. Difusión en medios educativos y redes sociales a través de campañas de Ethic y Movistar. Artículos y entrevistas, etc.	
Telefónica Audiovisual Digital, S. L. U.	Campaña #MyGameMyName2022	Estatal	https://mygamemynname.es/	Microsite de la campaña y videos testimoniales y piezas documentales difundidos en rr. ss. y plataformas propias de Movistar. Campaña digital en rr. ss. Cobertura mediática en prensa especializada y medios generalistas. Colaboración con streamers e influencers del entorno gamer	
The Walt Disney Company Iberia, S.L.U.	Calificación de edad	Estatal			
The Walt Disney Company Iberia, S.L.U.	Producción del podcast "Despierta tu Curiosidad" de National Geographic	Estatal		https://open.spotify.com/show/12CqPzHXXX0nrkuwX9dNE	
The Walt Disney Company Iberia, S.L.U.	Campaña promocional del documental "548 Días: captada por una secta", incidiendo en los riesgos de las redes sociales, la manipulación, y la necesidad de contar con un pensamiento crítico.	Estatal		https://www.tiktok.com/@disneypluses/video/7249003829159611674 ; https://www.tiktok.com/@ac2ality/video/7250435369768848683?lang=en ; https://www.instagram.com/p/CuFkDcoij9/?hl=en ; https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/kmplus-account-files/668583/2023/6/22/nNoFIZLh7Eq0UmkDyxZWg.mp4 ; https://cdn.reputation.onclusive.com/t/fCWovNjT-xvE6SvRUKeuVYIFMGaTo3Q-pdf-zC/XL_Semanal_Dominical_20230624100000 ;	
The Walt Disney Company Iberia, S.L.U.	Emisión de campañas publicitarias con valores y búsqueda de alfabetización mediática	Estatal			
The Walt Disney Company Iberia, S.L.U.	Privacidad y seguridad de la información de los usuarios	Estatal			

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
The Walt Disney Company Iberia, S.L.U.	Emisión de contenidos educativos dirigidos a público infantil	Estatal		Aprendemoscantando: ¿Qué es un hecho y qué es una opinión? Disney Junior Oficial ,MICKEY&YO: ¿Cómo se lee la hora del reloj? A APRENDER CON MICKEY @Disney Junior España; , https://www.youtube.com/watch?v=km5eEzsSePY ; https://www.youtube.com/watch?v=T3sPTulbJYY ; https://www.youtube.com/watch?v=VNI33fLx6O0 ; https://www.youtube.com/watch?v=jGy1PEp2vQw ; https://www.youtube.com/watch?v=QNFuM3N_IcE&list=RDQNFuM3N_IcE&start_radio=1 ;	
The Walt Disney Company Iberia, S.L.U.	Guía internas de publicidad dirigida a público infantil	Estatal			
Tres Amigos Films, S. L.	Creación y publicación de la WEB	Estatal	https://tresamigostv.eu/		
TV UP Streaming Media	Piezas de vídeo que explican cómo usar el servicio	Estatal			
Veo Televisión, S.A.U. (Canal DMAX)	LUCHA CONTRA LA DESINFORMACIÓN:	Estatal		https://www.elespanol.com/bluper/series/20230206/podria-considerarse-arny-conspirativa-especie-pizzagate-espanol/738926206_0.html , https://www.eldiario.es/sevilla/caso-arny-hoguera-ardieron-gays-famosos-falsos-culpables-menores-prostituidos-nadie-acuerda_1_9901481.html	
Veo Televisión, S.A.U. (Canal DMAX)	CAMPAÑA PUBLICITARIA FAD JUVENTUD “Acompañar es tarea de todos”	Estatal	https://fad.es/campana/acompanar-es-tarea-de-todos-y-todas/?_gl=1*4pmy6*up*MQ..*_ga*MTcyNzU0NTQzMj4xNzYxMjk1NzM4*_ga_763PQ6FBN7*czE3NjEyOTU3MzckbzEkZzEkDE3NjEyOTU4MDgkajYwJGwwJGgxNTEzOTM3Njg	https://fad.es/noticias/fad-juventud-advierte-de-que-la-seguridad-en-el-entorno-digital-de-adolescentes-y-jovenes-es-tarea-de-todos-y-todas/?_gl=1*8g8w31*up*MQ..*_ga*MTcyNzU0NTQzMj4xNzYxMjk1NzM4*_ga_763PQ6FBN7*czE3NjEyOTU3MzckbzEkZzEkDE3NjEyOTU4MzckajMxGwwJGgxNTEzOTM3Njg , https://www.europapress.es/epsocial/infancia/noticia-fad-lanza-acompanar-tarea-todos-todas-concienciar-acompanamiento-digital-seguro-saludable-20240510123729.html , https://www.abc.es/familia/padres-hijos/fad-20240510165008-nt.html ?ref=https%3A%2F%2Fwww.abc.es%2Ffamilia%2Fpadres-hijos%2Ffad-20240510165008-nt.html , https://www.abc.es/familia/padres-hijos/fad-20240510165008-nt.html ?ref=https%3A%2F%2Fwww.abc.es%2Ffamilia%2Fpadres-hijos%2Ffad-20240510165008-nt.html	
Veo Televisión, S.A.U. (Canal DMAX)	CALIFICACIÓN POR EDADES e información de programas	Estatal			
Veo Televisión, S.A.U. (Canal DMAX)	VALORACIÓN CRÍTICA.	Estatal		https://www.elmundo.es/television/2016/11/09/5822226a46163f79458b4647.html , https://english.elpais.com/elpais/2016/11/18/inenglish/1479468736_515667.html , https://www.audiovisual451.com/espaa-despues-de-la-guerra-el-franquismo-en-color-estreno-21-de-mayo-en-dmax/ , https://www.actuallynotes.com/dmax-lanza-el-documental-espaa-dividida-la-guerra-civil-en-color-54434/ , https://www.eldiario.es/vertele/videos/trailers-y-avances/dmax-estrena-anos-transicion-docuserie-final-espaa-siglo_xx_8_10121379.html	
Veo Televisión, S.A.U. (Canal Gol Play)	Spots publicitarios orientados a sensibilizar a la población sobre la importancia de la alfabetización mediática y la identificación de la desinformación.	Estatal	No hay enlaces URL.		

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Veo Televisión, S.A.U. (Canal Veo7)	Publicaciones Grupo Unidad Editorial relacionadas con la alfabetización mediática.	Estatal	Diversas publicaciones relacionadas con la alfabetización mediática en las cabeceras El Mundo y Expansión	https://www.elmundo.es/yodona/lifestyle/2022/04/01/6246b30de4d4d85e378b45cc.html , https://www.elmundo.es/papel/historias/2024/11/01/6723d56be4d4d8b43e8b45ab.html , https://www.elmundo.es/papel/historias/2024/10/31/672368cdfddff93e8b45a0.html , https://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/castellon/2022/05/27/6290b09efddff6c7a8b4582.html , https://www.elmundo.es/papel/el-mundo-que-viene/2024/07/05/667c5d4221efa029128b45b1.html , https://www.elmundo.es/espagna/2024/06/03/665deaa821efa08b6c8b458c.html , https://www.elmundo.es/espagna/2023/08/15/64bbf33821efa01a3e8b457f.html , https://www.elmundo.es/papel/historias/2023/09/06/64f1d2f0e9cf4adb7d8b4575.html , https://www.elmundo.es/papel/vida-sana/bienestar/2023/01/09/63b96e39fc6c83f8788b45cf.html , https://www.elmundo.es/madrid/2024/03/18/65f5dadce85ecee3708b45b0.html , https://www.elmundo.es/espagna/2024/12/03/674f67e7e85ece9b788b456e.html , https://www.elmundo.es/andalucia/2024/05/24/6650bde6e85ecee95c8b45a0.html , https://www.expansion.com/blogs/peon-de-dama/2023/05/21/el-metodo-finlandes-contra-las-fake-news.html , https://www.expansion.com/juridico/opinion/2022/11/04/636506bde5fdeaad728b45d2.html , https://www.expansion.com/expansion-empleo/desarrollo-de-carrera/2025/10/10/68e7eb33468aebd4718b459e.html , https://www.expansion.com/sociedad/2025/08/20/68a5a91ce5fdea94058b457f.html , https://www.expansion.com/economia/financial-times/2022/07/01/62bf029ce5fdeaaa328b45b2.html , https://www.expansion.com/sociedad/2022/04/23/6263c36a468aeb762f8b45ee.html , https://www.expansion.com/sociedad/2022/06/13/62a705fee5fdea710b8b466b.html , https://www.expansion.com/economia/politica/2024/06/04/665f2358468aebac5f8b4583.html , https://www.expansion.com/directivos/estilo-vida/salud/2025/05/05/68189749468aeb7068b4594.html , https://www.expansion.com/sociedad/2024/01/03/65958c3e468aeb273f8b45f3.html	
Viacom International Media Networks España, S.L.U. / Comedy Central	Apoyo cine español. Inversión en producción de películas españolas	Estatal			
Viacom International Media Networks España, S.L.U. / Comedy Central	Calificación y señalización de los contenidos	Estatal			
Viacom International Media Networks España, S.L.U. / Comedy Central	Producción propia: Roast de España, un formato que se ríe de los tópicos regionales.	Estatal	https://www.mundoplus.tv/programacion/el-roast-de-espana-vuelve-a-comedy-central-para-recorrer-el-pais-y-sus-topicos/		
Viacom International Media Networks España, S.L.U. / Comedy Central	Inclusión contenidos latinoamericanos (Autoposto)	Estatal	https://www.mundoplus.tv/series/comedy-central-la-serie-brasileña-auto-posto/		
Viacom International Media Networks España, S.L.U. / Comedy Central	Medida sin nombre	Estatal			
Viacom International Media Networks España, S.L.U. / Comedy Central	Producción de programas de stand up con perfiles protagonistas muy variados: CC PRESENTS (2021) y equidad de género (2022). ROAST BATTLE S04 (2023)	Estatal			

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Viacom International Media Networks España, S.L.U. / Comedy Central	Contenidos de producción propia centrados en mujer y comedia: edición de los programas especiales “Roast Battle: pelea como una mujer” (4 episodios), Emisión ¡Stop Princesas! Live.	Estatal	https://www.neeo.es/2023/03/07/comedy-central-ofrece-el-especial-roast-battle-pelea-como-una-mujer/		
Viacom International Media Networks España, S.L.U. / Comedy Central	Visibilización a través de agrupaciones de contenidos especiales de programación durante el mes de marzo entorno a mujeres (2023; 2024; 2025); maratón sobre Michael + Cam (modern Family) en la semana del Pride; campaña PRIDE de SOUTH PARK (2022).	Estatal	https://cineytele.com/play/noticias/comedy-central-mtv-y-paramount-network-homenajean-la-figura-femenina-para-celebrar-el-dia-internacional-de-la-mujer/ , https://www.neeo.es/2024/03/06/los-canales-de-paramount-celebran-el-mes-de-la-mujer/ , https://www.mundoplus.tv/programacion/especiales-de-primavera-en-comedy-central-mtv-nickelodeon-y-nick-jr/		
Viacom International Media Networks España, S.L.U. / Comedy Central	Apoyo cine español. Franja CONNACINE (Domingos 22:00)	Estatal			
Viacom International Media Networks España, S.L.U. / Comedy Central	Concienciación sobre el cine europeo.	Estatal	https://www.mundoplus.tv/cine/especial-de-cine-vive-la-galia-en-comedy-central/ https://www.mundoplus.tv/cine/comedy-central-recibe-este-ano-la-visita-de-los-reyes-galos/		
Viacom International Media Networks España, S.L.U. / Comedy Central	Colaboración con festivales de cine. Festival de Tarazona 2023	Estatal			
Viacom International Media Networks España, S.L.U. / Comedy Central	Emisión de campañas de valores. Emisión campañas Fundación FAD Juventud y Emisión campañas juegaterapia	Estatal			
Viacom International Media Networks España, S.L.U. / Comedy Central	Apoyo cine español. Inversión en producción de películas españolas	Estatal			
Vodafone ONO, S.A.U. y Vodafone España, S.A.U.	Protección de datos: transparencia, seguridad y cumplimiento	Estatal			
Vodafone ONO, S.A.U. y Vodafone España, S.A.U.	Protección de datos: transparencia, seguridad y cumplimiento	Estatal			
Vodafone ONO, S.A.U. y Vodafone España, S.A.U.	Protección de datos: transparencia, seguridad y cumplimiento	Estatal			
Vodafone ONO, S.A.U. y Vodafone España, S.A.U.	Protección de datos: transparencia, seguridad y cumplimiento	Estatal			
Vodafone ONO, S.A.U. y Vodafone España, S.A.U.	Protección de datos: transparencia, seguridad y cumplimiento	Estatal			
Vodafone ONO, S.A.U. y Vodafone España, S.A.U.	Vídeos Tutoriales para Activación de Servicios	Estatal	https://ayudacliente.vodafone.es/particulares/televisión/vodafone-tv-con-decodificador/como-ver-vodafone-tv-en-version-original/		

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Vodafone ONO, S.A.U. y Vodafone España, S.A.U.	Control parental	Estatal	https://ayudacliente.vodafone.es/particulares/television/vodafone-tv-con-decodificador/como-utilizar-el-control-parental-en-tu-decodificador-de-vodafone-tv/		
Vodafone ONO, S.A.U. y Vodafone España, S.A.U.	Parental rating	Estatal			
Vodafone ONO, S.A.U. y Vodafone España, S.A.U.	PIN de compras	Estatal			
Vodafone ONO, S.A.U. y Vodafone España, S.A.U.	Parental Advisory Flag	Estatal			
Vodafone ONO, S.A.U. y Vodafone España, S.A.U.	Control por voz	Estatal			
Agencia Pública Empresarial Radio y Televisión de Andalucía y su Sociedad Filial, Canal Sur Radio y Televisión	"Conectados". Programa de radio	Andalucía	https://www.canalsur.es/radio/programas/conectados/detalle/325.html		
Agencia Pública Empresarial Radio y Televisión de Andalucía y su Sociedad Filial, Canal Sur Radio y Televisión	"EnRed". Programa de televisión.	Andalucía	https://www.canalsur.es/portada-enred-1824515.html , https://www.canalsurmas.es/videos/category/5523-enred		
Agencia Pública Empresarial Radio y Televisión de Andalucía y su Sociedad Filial, Canal Sur Radio y Televisión	"EnREDA2". Programa de televisión.	Andalucía	https://www.canalsurmas.es/videos/category/7839-enreda2		
Agencia Pública Empresarial Radio y Televisión de Andalucía y su Sociedad Filial, Canal Sur Radio y Televisión	"Experiencia TV"	Andalucía	https://www.canalsur.es/canal-sur-entrega-los-xxii-premios-experiencia-tv/2157976.html , https://www.canalsurmas.es/videos/category/7764-experiencia-tv		
Agencia Pública Empresarial Radio y Televisión de Andalucía y su Sociedad Filial, Canal Sur Radio y Televisión	"La Banda en tu Cole" 3 ^a , 4 ^a y 5 ^a Edición.	Andalucía	https://labanda.canalsur.es/LaBandaentucole-5653.html , https://www.youtube.com/playlist?list=PLZGpnnUfG98p3vRj6p0MnBVmjSx6jkbxv , https://www.youtube.com/watch?v=RaTxzHW78pM		
Agencia Pública Empresarial Radio y Televisión de Andalucía y su Sociedad Filial, Canal Sur Radio y Televisión	IX, X y XI edición de los Premios "	Andalucía	https://www.canalsurmas.es/videos/category/7818-el-audiovisual-en-la-escuela , https://www.canalsurmas.es/videos/detail/76624-0000135974		

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Agencia Pública Empresarial Radio y Televisión de Andalucía y su Sociedad Filial, Canal Sur Radio y Televisión	“Compromiso Canal Sur”.	Andalucía	https://www.canalsurmas.es/videos/category/7626-compromiso-canal-sur		
Agencia Pública Empresarial Radio y Televisión de Andalucía y su Sociedad Filial, Canal Sur Radio y Televisión	Campaña informativa "Google y Canal Sur: Por la ciberseguridad".	Andalucía	https://www.youtube.com/playlist?list=PLZGpnnUfG98rNpmiFdZY0JVEGGKQkmVK		
Agencia Pública Empresarial Radio y Televisión de Andalucía y su Sociedad Filial, Canal Sur Radio y Televisión	Creación FUTURA de sección en nuestra plataforma de contenidos a demanda Canal Sur Más	Andalucía			
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (CRTVE ANDALUCÍA)	Reportajes y entrevistas en los informativos regionales de TVE en el CT Andalucía	Andalucía	https://www.rtve.es/play/videos/noticias-andalucia/entrevista-domi-del-postigo/16217835/ , https://www.rtve.es/rtve/20240613/junta-andalucia-formara-a-30000-andaluces-pueblos-pequenos-para-reducir-brecha-digital/16146215.shtml , https://www.rtve.es/play/videos/noticias-andalucia/alfabetizacion-digital/7016078/		
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (VerificaRTVE)	Participación en foros sobre desinformación y verificación en los que compartimos herramientas, lecciones aprendidas y consejos para hacer frente a los bulos.	Andalucía, Aragón, Castilla y León, C. Valenciana, R. de Murcia		https://congresoperiodismo.com/conclusiones-del-xxvi-congreso-de-periodismo-de-huesca-por-dario-pescador/ , https://www.youtube.com/watch?v=2scWNh5Lg4o ; https://www.rtve.es/rtve/20250423/rtve-participa-jornada-verificacion-instituciones-medios-defensa-calidad-informativa/16551476.shtml , https://www.rtve.es/noticias/20251008/verificarte-r-conecta-desmentir-mitos-salud-mental-frenar-estigmatizacion/16762544.shtml , https://www.fundacionstanpa.com/el-78-de-los-espanoles-prioriza-protegerse-del-sol-antes-que-broncearse/ , https://dataforumjusticia.es/ponentes/estefania-de-antonio/ , https://www.dsn.gob.es/sites/default/files/documents/Foro%20Campa%C3%B1as%20Desinfo%20GT%202023%20Accesible.pdf , https://www.uv.es/uvweb/servicio-formacion-permanente-innovacion-educativa/es/innovacion-educativa/laboratorio-innovacion-educativa/webinar-inn-1286325973774.html , https://periodistasrm.es/gaza-la-inteligencia-artificial-y-la-entrega-del-submarino-s-80-protagonizaran-las-vi-jornadas-nacionales-de-comunicacion-y-defensa/ , https://www.apmadrid.es/apm-event/rtve-y-el-parlamento-europeo-celebran-la-jornada-verificacion-instituciones-y-medios-en-defensa-de-la-calidad-informativa/ , https://www.elmundo.es/television/medios/2025/03/13/67d2dac5e9cf4a13148b45a1.html , https://www.linkedin.com/posts/hospital-san-rafael-de-madrid_rconnecta-sanjuandedios-saludmental-activity-7382040145316872193-tdk4/?originalSubdomain=es	
Squirrel Global Media, S.L. / BOM CINE	Medida 1	Andalucía, C. Valenciana, C. de Madrid, R. de Murcia			
Corporación Aragonesa de Radio y Televisión (CARTV)	Participación a través de la Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA) en el Decálogo contra las fake news — “Si dudas, no compartas”.	Aragón	https://ec.europa.eu/futurium/en/european-media-literacy-events/decalog-contra-las-fake-news-de-la-federacion-de-organismos-de-radio.html , https://ec.europa.eu/futurium/en/european-media-literacy-events/decalog-contra-las-fake-news-de-la-federacion-de-organismos-de-radio.html		

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Corporación Aragonesa de Radio y Televisión (CARTV)	Participación de la CORPORACIÓN ARAGONESA DE RADIO TELEVISIÓN a través de la Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA) en el Decálogo para el tratamiento de la salud mental en medios de comunicación, acordado entre FORTA y la Sociedad Española de Psiquiatría y Salud Mental (SEPSM).	Aragón	https://sepsm.org/forta-y-la-sepsm-acuerdan-un-decalogo-para-tratar-la-salud-mental-en-medios-de-comunicacion/		
Corporación Aragonesa de Radio y Televisión (CARTV)	Participación a través de la Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA) en el grupo de Trabajo para el Impulso de la Alfabetización Mediática en España, dentro del Foro contra las campañas de desinformación del Departamento de Seguridad Nacional (DSN).	Aragón			
Corporación Aragonesa de Radio y Televisión (CARTV)	Jornada FORTA & IBERIFIER sobre alfabetización mediática	Aragón	https://iberifier.eu/2025/07/16/jornada-forta/		https://www.mundoplus.tv/tv-digital/forta-e-iberifier-refuerzan-en-madrid-el-papel-del-servicio-publico-audiovisual/ ; https://www.mciudadreal.es/2025/09/11/cmm-reafirma-su-compromiso-con-la-alfabetizacion-mediatica-ante-la-comunidad-educativa-y-los-medios-de-forta/ ; https://www.programapublicidad.com/forta-e-iberifier-organizan-en-madrid-una-jornada-sobre-desinformacion-y-alfabetizacion-mediatica/ ; https://www.plataformaong.org/noticias/4547/iberifier-organiza-unas-jornadas-sobre-alfabetizacion-mediatica/ ; https://www.apmadrid.es/apm-event/forta-e-iberifier-organizan-una-jornada-sobre-alfabetizacion-mediatica/
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (CRTVE ARAGÓN)	Reportajes y entrevistas en los informativos regionales de TVE en el CT ARAGÓN	Aragón	https://www.rtve.es/grafos/audio/cronica-de-aragon---11112022/b911cf50-465d-4062-90bf-51952edacda2		
Gestión de Contenidos Virtuales, S.L. / Acontra+	Programa de Cine y Salud Mental 2024-2025	C. de Madrid			
Radio Televisión Madrid, S.A.U. (RTVM)	Participación a través de la Federación de Organismos o entidades de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA) en el grupo de Trabajo para el Impulso de la Alfabetización Mediática en España, dentro del Foro contra las campañas de desinformación del Departamento de Seguridad Nacional (DSN)	C. de Madrid			

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Radio Televisión Madrid, S.A.U. (RTVM)	Participación a través de la Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA) en el Decálogo contra las fake news — “Si dudas, no compartas”	C. de Madrid	https://ec.europa.eu/futurium/en/european-media-literacy-events/decalog-contra-las-fake-news-de-la-federacion-de-organismos-de-radio.html		
Radio Televisión Madrid, S.A.U. (RTVM)	Jornada FORTA & IBERIFIER sobre alfabetización mediática	C. de Madrid	https://iberifier.eu/2025/07/16/jornada-forta/	https://iberifier.eu/2025/07/16/jornada-forta/ , https://www.mundoplus.tv/tv-digital/forta-e-iberifier-refuerzan-en-madrid-el-papel-del-servicio-publico-audiovisual/ , https://www.miciudadreal.es/2025/09/11/cmm-reafirma-su-compromiso-con-la-alfabetizacion-mediatica-ante-la-comunidad-educativa-y-los-medios-de-forta/ , https://www.programapublicidad.com/forta-e-iberifier-organizan-en-madrid-una-jornada-sobre-desinformacion-y-alfabetizacion-mediatica/ , https://www.plataformaong.org/noticias/4547/iberifier-organiza-unas-jornadas-sobre-alfabetizacion-mediatica , https://www.apmadrid.es/apm-event/forta-e-iberifier-organizan-una-jornada-sobre-alfabetizacion-mediatica/	
Radio Televisión Madrid, S.A.U. (RTVM)	Participación de RTVM a través de la Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA) en el Decálogo para el tratamiento de la salud mental en medios de comunicación, acordado entre FORTA y la Sociedad Española de Psiquiatría y Salud Mental (SEPSM).	C. de Madrid	https://sepsm.org/forta-y-la-sepsm-acuerdan-un-decalogo-para-tratar-la-salud-mental-en-medios-de-comunicacion/		
Cable Aireworld, S.A.U.	Inteligencias artificiales sobre IA y tecnología en magazín de canales de TV locales y curso de alfabetización digital	C. Valenciana	https://www.cableworldmedia.net , https://obrasocialcableworld.es	Repercusión en canales de TV local propios para nuestra clientela y redes sociales de la empresa	
Cadena Ser (Radio Elche, S.L.)	Escuela de ciudadanía	C. Valenciana	https://cadenaser.com/comunitat-valenciana/2023/10/23/nueva-temporada-de-escuela-de-ciudadania-radio-elche/	https://youtu.be/rd4lNBgF_Vg?si=31tDx9z6alyjFOgl ; https://www.youtube.com/watch?v=DBLJzv2sBg&t=14s ; https://youtu.be/MUUnJrEhe00U?si=lQDlzJOJuHm7mw9h	https://elche7tv.es/2023/10/24/el-ies-severo-ochoa-ponen-en-valor-la-iniciativa-de-escuela-de-ciudadania-que-da-voz-a-los-mas-jovenes
Elche 7 TV	Escuela de ciudadanía	C. Valenciana	https://elche7tv.es/2023/10/23/nueva-temporada-de-escuela-de-ciudadania/	https://youtu.be/MUUnJrEhe00U?si=lQDlzJOJuHm7mw9h ; https://www.youtube.com/watch?v=dsZ0vz5FMc8&t=2084s	https://cadenaser.com/comunitat-valenciana/2024/06/18/escuela-de-ciudadania-con-el-ies-pedro-ibarra-de-elche-radio-elche/
Los 40 Elche (Radio Elche, S. L.)	Recomendaciones a los oyentes	C. Valenciana			
Radio Sirena Cope Benidorm (MEGAHERTIZOS, S.A.).	Recomendaciones a los oyentes	C. Valenciana			
Squirrel Global Media, S.L. / BOM CINE	Alfabetización digital	C. Valenciana			
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (VerificaRTVE)	VerificaRTVE en Somos 8 de RTVE Canarias	Canarias		https://www.instagram.com/reel/DGA0V8TtmU1/?igsh=bzlxZDlydWVxazYz , https://www.instagram.com/reel/DFID0qgSc7P/?igsh=MTdteHdnYjVwN3ZpcQ%3D%3D	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (CRTVE CANTABRIA)	Reportajes y entrevistas en los informativos regionales de TVE en el CT Cantabria	Cantabria	https://x.com/RTVCantabria/status/1973392960453824821?t=Td3rXJTyN8txnZ2MzPUCQ&s=08		
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (CRTVE CASTILLA Y León)	Informativo territorial RNE Castilla y León	Castilla y León	https://www.rtve.es/play/audios/castilla-y-leon-informativos/cronica-castilla-leon-13-30-6-11-24/16318930/		

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Castilla-La Mancha Media	Charlas a grupos escolares en visitas institucionales a CMM	Castilla-La Mancha		https://www.cmmedia.es/informacion-corporativa/ven-a-visitarnos	
Castilla-La Mancha Media	Detectando bulos con Maldita.es en Radio Castilla-La Mancha	Castilla-La Mancha		https://www.cmmedia.es/radio/castilla-la-mancha-a-las-8/bulos-desinformacion-provocados-descontextualizar-situacion.html	

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Castilla-La Mancha Media	Declaración de Castilla-La Mancha contra la Desinformación	Castilla-La Mancha		<p>https://www.europapress.es/castilla-lamancha/noticia-cmm-impulsa-declaracion-castilla-mancha-contradesinformacion-suscrita-casi-60-medios-region-20250312153712.html , https://www.eldiario.es/castilla-lamancha/social/eldiario-castilla-mancha-suscribe-declaracion-desinformacion-impulsada-cmmmedia_1_12126483.html , https://www.elespanol.com/eldigitalcastillalamancha/region/20250312/cmm-impulsa-declaracion-castilla-la-mancha-desinformacion-suscrita-medios/930657387_0.html , https://www.encastillalamancha.es/politica-cat/casi-60-medios-suscriben-la-declaracion-de-castilla-la-mancha-contrala-desinformacion/ , https://www.encastillalamancha.es/fotogaleria/fotos-los-medios-de-castilla-la-mancha-se-unen-contra-la-desinformacion-firmando-una-declaracion/#slideimg_1#slideimg_1 , https://www.abc.es/espaa/castilla-la-mancha/medios-suscriben-declaracion-castillala-mancha-desinformacion-20250312191229-nt.html , https://eldiadigital.es/art/487772/los-medios-regionales-se-unen-para-firmar-una-declaracion-de-castilla-la-mancha-contrala-desinformacion , https://clmpress.com/2025/03/cmm-impulsa-la-declaracion-de-castilla-la-mancha-contrala-desinformacion-suscrita-por-casi-60-medios-de-la-region , https://www.clm24.es/articulo/sociedad/cmm-impulsa-declaracion-castilla-mancha-desinformacion-suscrita-casi-60-medios/20250312161807446249.html; https://www.clm21.es/noticia/43638/social/los-directores-de-60-medios-de-comunicacion-de-la-region-firman-la-declaracion-de-castilla-la-mancha-contrala-desinformacion.html; https://esradioalbacete.es/cmm-impulsa-la-declaracion-de-castilla-la-mancha-contrala-desinformacion-suscrita-por-casi-60-medios-de-la-region/; https://objetivocastillalamancha.es/contenidos/casi-60-medios-suscriben-declaracion-castilla-mancha-desinformacion-impulsada-cmmhttps://diariodelamancha.com/cmm-impulsa-la-declaracion-de-castilla-la-mancha-contrala-desinformacion-con-el-apoyo-de-casi-60-medios-de-la-region/https://toledodiario.es/toledodiario-es-se-alia-con-los-medios-de-castilla-la-mancha-para-luchar-contra-la-desinformacion/; https://www.lavozdeltajo.com/noticia/86715/region/cmm-impulsa-la-declaracion-de-castilla-la-mancha-contrala-desinformacion.html; https://www.enciendecuena.com/2025/03/12/declaracion-de-castilla-la-mancha-contrala-desinformacion-de-castilla-la-mancha/; https://www.tarancondigital.es/cmm-impulsa-la-declaracion-de-castilla-la-mancha-contrala-mancha-contrala-desinformacion-suscrita-por-casi-60-medios-de-la-region/; https://latintadealmansa.com/cultura/tinta-almansa-contra-desinformacion-castilla-mancha/; https://www.guadalajardario.es/provincia/64579-casi-60-medios-de-clm-comprometidos-contra-la-desinformacion-sobre-todo-a-nivel-muy-local.html; https://nuevalcarria.com/articulos/nueva-alcarria-suscribe-la-declaracion-de-castilla-la-mancha-contrala-desinformacion; https://www.lanzadigital.com/sociedad/cmm-impulsa-la-declaracion-de-castilla-la-mancha-contrala-desinformacion-suscrita-casi-60-medios/; https://www.miciudadreal.es/2025/03/12/casi-60-medios-de-la-region-suscriben-la-declaracion-de-castilla-la-mancha-contrala-desinformacion/; https://lavozdetomelloso.com/63881/tomelloso_suscribe_junto_cerca_medios_declaracion_castillala_mancha_cntra_desinformacion; https://www.lacomarcadepuertollano.com/articulo/region/cmm-impulsa-declaracion-castilla-mancha-desinformacion-suscrita-casi-60-medios-region/20250312144747583921.html; https://masquealba.com/cmm-impulsa-la-declaracion-de-castilla-la-mancha-contrala-desinformacion/; https://www.latribunadealbacete.es/noticia/z75f719c4-0a27-528b-82306b46108eb6f7/202503/cerca-de-60-medios-se-alian-contra-la-plaga-de-los-bulos; https://www.latribunadeciudadreal.es/noticia/z75f719c4-0a27-528b-82306b46108eb6f7/202503/cerca-de-60-medios-se-alian-contra-la-plaga-de-los-bulos; https://www.latribunadetalavera.es/noticia/z75f719c4-0a27-528b-82306b46108eb6f7/202503/cerca-de-60-medios-se-alian-contra-la-plaga-de-los-bulos; https://www.latribunadetoledo.es/noticia/z75f719c4-0a27-528b-82306b46108eb6f7/202503/cerca-de-60-medios-se-alian-contra-la-plaga-de-los-bulos; https://laboratoriodeperiodismo.org/casi-60-medios-de-castilla-la-mancha-firman-una-declaracion-conjunta-contrala-desinformacion/; https://www.lacerca.com/noticias/castilla_la_mancha/grupo-multimedia-comunicacion-cerca-declaracion-desinformacion-compromiso-lucha-756723-1.html, https://www.clm21.es/noticia/43638/social/los-directores-de-60-medios-de-comunicacion-de-la-region-firman-la-declaracion-de-castilla-la-mancha-contrala-desinformacion.html, https://esradioalbacete.es/cmm-impulsa-la-declaracion-de-castilla-la-mancha-contrala-desinformacion-suscrita-por-casi-60-medios-de-la-region/, https://objetivocastillalamancha.es/contenidos/casi-60-medios-suscriben-declaracion-castilla-mancha-desinformacion-impulsada-cmm, https://diariodelamancha.com/cmm-impulsa-la-declaracion-de-castilla-la-mancha-contrala-desinformacion-con-el-apoyo-de-casi-60-medios-de-la-region/, https://toledodiario.es/toledodiario-es-se-alia-con-los-medios-de-castilla-la-mancha-para-luchar-contra-la-desinformacion/</p>	
Castilla-La Mancha Media	Contenidos propios y cobertura informativa en CMM	Castilla-La Mancha			

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (CRTVE CASTILLA-LA MANCA)	Reportajes y entrevista en los informativos regionales de TVE y RNE en CT Castilla-La Mancha	Castilla-La Mancha	https://www.rtve.es/play/videos/noticias-de-castilla-la-mancha/noticias-castilla-mancha-2-16-09-2025-informativo-castilla-mancha-noticias-castilla-mancha/16731496/ , https://www.rtve.es/play/audios/castilla-la-mancha-informativos/informativo-castilla-mancha-matinal-17-09-2025/16732214/	https://x.com/RTVEclm/status/1967943533710680490 , https://x.com/rtein/status/196794760427673772?s=48&t=IOJ4UKnfHpeH8_BAw49UCQ	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (RTVE CATALUÑA)	L'Altaveu	Catalunya	https://www.rtve.es/play/videos/laltaveu/evitar-perills-temporal/16770718/ ; https://www.rtve.es/play/videos/laltaveu/efecte-palanca-pluges/16750975/		
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (VerificaRTVE)	VerificaRTVE en No es un día cualquiera de RNE	Estatal		https://www.rtve.es/temas/verifica-rte-rne/136751/	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (VerificaRTVE)	Docencia	Estatal, Andalucía, Aragón, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Galicia, C. de Madrid		https://haz.institutortve.com/formate/lineas-formativas/masteres-universitarios/reporterismo-360/ , https://cfp.us.es/cursos/oferta-2025/TP/periodismo-360-rte/7109 , https://www.rtve.es/play/videos/programa/master-periodismo-inteligencia-artificial/6963531/ , https://www.rtve.es/instituto/masteres/	Sí
Corporación de Radio y Televisión de Galicia/Corporación de Servizos Audiovisuais de Galicia (CRTVG/CSAG)	Colaboración semanal sobre ciberseguridad en el programa "A tarde" de Radio Galega	Estatal, Galicia.	https://www.agalegaudio.gal/videos/category/12945-a-tarde		
Corporación de Radio y Televisión de Galicia/Corporación de Servizos Audiovisuais de Galicia (CRTVG/CSAG)	Participación a través de la Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA) en el Decálogo contra las fake news — "Si dudas, no compartas".	Estatal, Galicia.	https://ec.europa.eu/futurium/en/european-media-literacy-events/decálogo-contra-las-fake-news-de-la-federacion-de-organismos-de-radio.html		
Corporación de Radio y Televisión de Galicia/Corporación de Servizos Audiovisuais de Galicia (CRTVG/CSAG)	Participación de los medios públicos gallegos, a través de la Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA) en el Decálogo para el tratamiento de la salud mental en medios de comunicación, acordado entre FORTA y la Sociedad Española de Psiquiatría y Salud Mental (SEPSM).	Estatal, Galicia.	https://sepsm.org/forta-y-la-sepsm-acuerdan-un-decalogo-para-tratar-la-salud-mental-en-medios-de-comunicacion/		
Corporación de Radio y Televisión de Galicia/Corporación de Servizos Audiovisuais de Galicia (CRTVG/CSAG)	Participación a través de la Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA) en el grupo de Trabajo para el Impulso de la Alfabetización Mediática en España, dentro del Foro contra las campañas de desinformación del Departamento de Seguridad Nacional (DSN).	Estatal, Galicia.	No disponibles, se prevé su publicación en el marco del Foro DSN		

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Corporación de Radio y Televisión de Galicia/Corporación de Servizos Audiovisuais de Galicia (CRTVG/CSAG)	Jornada FORTA & IBERIFIER sobre alfabetización mediática	Estatal, Galicia.	https://iberifier.eu/2025/07/16/jornada-forta/		https://www.mundoplus.tv/tv-digital/forta-e-iberifier-refuerzan-en-madrid-el-papel-del-servicio-publico-audiovisual/ , https://www.miciudadreal.es/2025/09/11/cmm-reafirma-su-compromiso-con-la-alfabetizacion-mediatica-ante-la-comunidad-educativa-y-los-medios-de-forta/ , https://www.programapublicidad.com/forta-e-iberifier-organizan-en-madrid-una-jornada-sobre-desinformacion-y-alfabetizacion-mediatica/ , https://www.plataformaong.org/noticias/4547/iberifier-organiza-unas-jornadas-sobre-alfabetizacion-mediatica , https://www.apmadrid.es/apm-event/forta-e-iberifier-organizan-una-jornada-sobre-alfabetizacion-mediatica/
Euskal Irrati Telebista - Radio televisión Pública vasca (EITB)	GENERACIÓN CLICK	Estatal, País Vasco		https://www.eitb.eus/es/nahieran/documentales/generacion-click/episodio-1-generacion-farmacos/detalle/9182/235222/ , https://www.eitb.eus/es/nahieran/documentales/generacion-click/episodio-2-generacion-botox/detalle/9182/235223/ , https://www.eitb.eus/es/nahieran/documentales/generacion-click/episodio-3-generacion-adictos/detalle/9182/235224/ , https://www.eitb.eus/es/nahieran/documentales/generacion-click/episodio-4-generacion-sos/detalle/9182/235225/	https://shineiberia.tv/la-serie-documental-generacion-click-disponible-en-movistar-plus/
NBC Universal Global Networks España, S. L.	Semana del Cine Fantástico y del Terror - San Sebastián	Estatal, País Vasco	https://www.sansebastianhorrorfestival.eus/2025/		
Euskal Irrati Telebista - Radio televisión Pública vasca (EITB)	GENERACIÓN PORNO	Estatal, País Vasco, Catalunya		https://eitb.eus/N_6wW6xV/ , https://eitb.eus/N_gYgKXXI/ , https://eitb.eus/N_1GXlzk/ , https://eitb.eus/N_BV1XBv/	https://www.eitb.eus/es/grupo-eitb/detalle/9599275/la-multipremiada-generacion-porno-suma-otro-reconocimiento-internacional-venice-tv-awards/
Gestión de Contenidos Virtuales, S.L. / Acontrat+	Ciclo de fin de curso con la película SORDA y coloquio abierto	Estatal; C. de Madrid; Castilla y León.		https://x.com/search?q=from%3Alondones%20sorda&src=typed_query , https://cibra.es/eventos/cine-y-educacion/xii-jornadas-de-cine-y-educacion-viernes/	

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Sociedad Pública de Radiodifusión y Televisión Extremeña, S.A.U. (Canal Extremadura)	Noticias en web	Extremadura	<p>https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/extremadura-presenta-una-estrategia-de-transformacion-digital-para , https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/las-autoescuelas-extremenas-recibiran-ayudas-de-entre-400-y-1300-por-formar , https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/aumenta-un-35-la-poblacion-extremaña-que-percibe-oportunidades-para-emprender , https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/investigadores-de-la-ux-desarrollan-algoritmos-de-la-para-detectar-cancer-de , https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/cuatro-meses-de-prision-por-el-tiktok-de-su-pareja-con-una-orden-de , https://www.canalextremadura.es/noticias/badajoz/crecen-las-oportunidades-para-mujeres-emprendedoras , https://www.canalextremadura.es/noticias/merida/grande-marlaska-presidira-este-domingo-en-merida-el-acto-de-celebracion-de-la , https://www.canalextremadura.es/noticias/ya-hay-ninos-de-8-anos-derivados-salud-mental-por-su-adiccion-las-pantallas , https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/cinco-jovenes-investigados-en-sevilla-por-crear-con-inteligencia-artificial , https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/proyecto-homo-marusina-y-eulogio-los-primeros-extremenos-de-hace-5000-anos , https://www.canalextremadura.es/noticias/caceres/caceres-acoge-el-extremadura-digital-day-con-las-ultimas-tendencias-del-sector , https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/la-academica-de-la-rae-asuncion-gomez-medalla-de-extremadura-2024 , https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/extremadura-lanza-un-proyecto-de-inteligencia-artificial-para-mejorar-los , https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/solo-la-mitad-de-los-nuevos-autonomos-ha-recibido-formacion , https://www.canalextremadura.es/noticias/badajoz/ricky-martin-seduce-mas-de-7000-personas-en-badajoz , https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/los-expertos-alertan-de-que-los-fallos-de-ciberseguridad-cada-vez-son-mas , https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/alvaro-martin-uriol-las-josefinas-el-chef-jose-pizarro-y-asuncion-gomez-perez , https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/extremadura-prepara-una-plataforma-digital-para-reservar-trenes-aviones-y , https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/el-sindicato-de-estudiantes-convoca-para-el-viernes-una-huelga-en-toda-espana , https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/publicada-las-ayudas-para-sacarse-el-carnet-de-conducir-y-nomadas-digitales , https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/un-ano-de-libertad-vigilada-para-los-menores-por-los-falsos-desnudos-de , https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/el-timo-de-el-hijo-en-apuros-ya-ha-estafado-mas-de-140000-euros , https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/tres-universidades-privadas-podrian-instalarse-en-extremadura , https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/ojo-la-estafa-del-teclado , https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/maria-guardiola-la-digitalizacion-llevara-extremadura-hasta-el-crecimiento-y , https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/inteligencia-artificial-para-fomentar-la-comunicacion-emocional-entre ,</p>	<p>https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/la-junta-de-extremadura-inicia-las-obras-de-modernizacion-de-las-estaciones-de ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/el-fiscal-superior-de-extremadura-avverte-que-los-delitos-de-agresion-sexual ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/las-consecuencias-de-que-los-ninos-abusen-de-las-pantallas-en-verano ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/extremadura-destina-tres-millones-en-ayudas-para-la-digitalizacion-industrial ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/el-70-de-los-universitarios-extremenos-consiguen-trabajo-despues-de-seis-meses ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/mas-de-300-personas-mayores-de-entornos-rurales-se-forman-en-banca-online-y ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/el-pacense-pedro-vega-nombrado-mejor-educador-digital-de-europa ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/mas-de-300-personas-mayores-de-entornos-rurales-se-forman-en-banca-online-y ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/cuidado-con-el-timo-del-mercadona-suplantan-al-supermercado-para-hacerse-con ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/agentes-de-la-policia-nacional-se-forman-para-saber-actuar-en-casos-de ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/la-junta-de-extremadura-anuncia-ayudas-para-insercion-laboral-ciberseguridad-y ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/el-descubrimiento-de-america-como-reclamo-turistico-para-conocer-extremadura ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/alumnos-de-cuatro-institutos-protagonizan-un-pleno-sobre-igualdad-y-violencia ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/el-plan-de-talento-digital-incluira-59-cursos ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/las-diputaciones-y-los-agentes-sociales-firman-un-convenio-por-el-empleo-y-el ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/unas-1500-personas-obtendran-cualificacion-para-trabajar-en-la-gigafactoria-y ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/expertos-en-ia-abordan-en-caceres-la-aplicacion-de-esta-herramienta-para ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/junta-y-agentes-sociales-pactan-cinco-planos-de-empleo-y-desarrollo ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/foro-nuclear-confia-en-que-el-gobierno-reconsidere-su-decision-de-cerrar-las-1 ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/el-pequeno-comercio-extremeno-sufre-en-el-centro-de-las-ciudades ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/detenido-un-vecino-de-badajoz-por-estafar-14500-euros-un-octogenario-mediante ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/la-ingenera-extremena-elen-rodiguez-revoluciona-la-deteccion-de-plantas ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/tractores-autonomos-gps-de-precision-y-maquinaria-agrcola-de-ultima ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/marwan-consu-apuesta-por-la-inteligencia-artificial-ganadora-del-concurso-de ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/el-nuevo-dni-digital-permitira-acreditarse-con-el-movil-desde-este-miercoles ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/la-junta-invertira-un-millon-de-euros-en-una-nueva-linea-de-ayudas-para ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/inaugura-un-curso-internacional-pionero-sobre-agentes-basados-en-ia ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/la-femp-pide-al-gobierno-retomar-el-dialogo-sobre-la-financiacion-local-y-que ;</p>	

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Sociedad Pública de Radiodifusión y Televisión Extremeña, S.A.U. (Canal Extremadura)	Informativos Canal Extremadura TV	Extremadura	https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/extremadura-presenta-una-estrategia-de-transformacion-digital-para ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/extremadura-prepara-una-plataforma-digital-para-reservar-trenes-aviones ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/el-pacense-pedro-vega-nombrado-mejor-educador-digital-de-europa ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/mas-de-300-personas-mayores-de-entornos-rurales-se-forman-en-banca-online-y ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/expertos-en-ia-abordan-en-caceres-la-aplicacion-de-esta-herramienta-para ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/mobbeel-lleva-el-sello-extremeno-al-mobile-world-congress-de-barcelona ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/canal-extremadura-y-la-ux-lanzan-una-campana-para-acercar-la-ciberseguridad ; https://www.canalextremadura.es/noticias/provincia-de-badajoz/alerta-en-la-archidiocesis-de-merida-badajoz-por-llamadas ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/los-expertos-recomiendan-incluir-formacion-reglada-sobre-inteligencia ; https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/extremadura-contara-con-un-centro-de-ciberseguridad-para-protecter-la ; https://www.canalextremadura.es/noticias/badajoz/extremadura , https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/el-pacense-pedro-vega-nombrado-mejor-educador-digital-de-europa , https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/mas-de-300-personas-mayores-de-entornos-rurales-se-forman-en-banca-online-y , https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/expertos-en-ia-abordan-en-caceres-la-aplicacion-de-esta-herramienta-para , https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/mobbeel-lleva-el-sello-extremeno-al-mobile-world-congress-de-barcelona , https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/canal-extremadura-y-la-ux-lanzan-una-campana-para-acercar-la-ciberseguridad , https://www.canalextremadura.es/noticias/provincia-de-badajoz/alerta-en-la-archidiocesis-de-merida-badajoz-por-llamadas , https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/los-expertos-recomiendan-incluir-formacion-reglada-sobre-inteligencia , https://www.canalextremadura.es/noticias/extremadura/extremadura-contara-con-un-centro-de-ciberseguridad-para-protecter-la , https://www.canalextremadura.es/noticias/badajoz/extremadura-lidera-el-crecimiento-de-la-economia-digital-y-lo-demuestra-en-el-foro	https://www.canalextremadura.es	
Sociedad Pública de Radiodifusión y Televisión Extremeña, S.A.U. (Canal Extremadura)	Alfabetización mediática en Canal Extremadura Televisión: "112 EN ACCIÓN"	Extremadura	http://www.canalextremadura.es y https://play.canalextremadura.tv/		
Sociedad Pública de Radiodifusión y Televisión Extremeña, S.A.U. (Canal Extremadura)	Canal Extremadura Radio: El sol sale por el oeste.	Extremadura	https://radioedu.educarex.es/laciradio/2025/01/24/directos-a-canal-extremadura/ , https://www.canalextremadura.es/sala-de-prensa/canal-extremadura-emite-en-directo-desde-navalvillar-de-pela-con-motivo-de-la-xxii , https://www.canalextremadura.es/sala-de-prensa/el-sol-sale-por-el-oeste-impulsa-la-innovacion-educativa-desde-azuaga , https://www.ivoox.com/ies-bembezar-azuaga-inaugura-su-aula-audios-mp3_rf_101898684_1.html , https://www.facebook.com/100063516792111/posts/ya-estamos-de-vuelta-con-nuestra-tertulia-de-colores-en-el-sol-sale-por-el-oeste/1063046502489233/		
Sociedad Pública de Radiodifusión y Televisión Extremeña, S.A.U. (Canal Extremadura)	Canal Extremadura Radio: Palabras Mayores	Extremadura	https://www.canalextremadura.es/programas/palabras-mayores , https://www.canalextremadura.es/sala-de-prensa/palabras-mayores-en-el-ii-congreso-de-economia-plateada , https://www.juntaex.es/w/intergeneracional-educacion		
Sociedad Pública de Radiodifusión y Televisión Extremeña, S.A.U. (Canal Extremadura)	Canal Extremadura Radio: Soy lo prohibido	Extremadura	https://www.canalextremadura.es/programas/soy-lo-prohibido		

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Asociación Cultural Ondas Para Activación de Información Independiente - Radio Filispim	Alfabetización mediática destinada a personas integrantes de la referida asociación del tercer sector de la comunicación y aquellas otras personas relacionadas con la Universidad de A Coruña objeto de convenio con nuestra entidad.	Galicia			https://ruc.udc.es/entities/publication/d1a7bfc9-e4f6-4f0e-927a-d3068013e553 , https://es.linkedin.com/posts/facultad-de-econom%C3%ADa-y-empresa-udc-676758145_anam%C3%A9ndez-caama%C3%B1o-participou-na-radio-filispim-activity-7216754809230544897-3dzC , https://es.linkedin.com/posts/fee-udc_este-s%C3%A1bado-varios-estudiantes-da-fee-participaron-activity-7220727203448143874-a7Kb , https://es.linkedin.com/posts/fee-udc_participaci%C3%B3n-de-dous-estudiantes-doumude-mba-activity-7378372502252748800-i1xL , https://podgelego.agora.gal/sabados-no-cruceiro/
Corporación de Radio y Televisión de Galicia / Corporación de Servizos Audiovisuais de Galicia (CRTVG/CSAG)	Comunicación interna- intranet corporativa	Galicia	Portal interno de comunicación corporativa. Sin acceso público.		
Corporación de Radio y Televisión de Galicia / Corporación de Servizos Audiovisuais de Galicia (CRTVG/CSAG)	Contenidos audiovisuales sobre protección de datos y uso seguro de las tecnologías	Galicia	https://ciberseguridadgalicia.gal/es/proyecto-retech/difusion-y-comunicacion	https://www.tiktok.com/@digochoeu/video/7441564404988038433 , https://www.agalegaudio.gal/videos/detail/249570-galicia-por-diente-18-05-2025 , https://www.g24.gal/-/a-duas-caras-da-intelixencia-artificial-ciberataques-mais-sofisticados-pero-melhores-defensas?p_l_back_url=%2Fsearch%3Fq%3Dciberseguridade&p_l_back_url_title=B%C3%BAqueda , https://www.g24.gal/-/santiago-epicentro-da-ciberseguridade-por-maria-bastida?p_l_back_url=%2Fsearch%3Fq%3Dciberseguridade&p_l_back_url_title=B%C3%BAqueda	
Corporación de Radio y Televisión de Galicia / Corporación de Servizos Audiovisuais de Galicia (CRTVG/CSAG)	Certamen "Radio Na Biblio"	Galicia	https://www.edu.xunta.gal/portal/node/47606	https://www.agalegaudio.gal/videos/category/19105-radio-na-biblio , https://www.xunta.gal/es/notas-de-prensa-/nova/86599/xunta-incorpora-nuevos-centros-los-programas-radio-biblio-biblioteca-creativa , https://www.agalegaudio.gal/videos/detail/249570-galicia-por-diente-18-05-2025 , https://www.lavozdegalicia.es/noticia/arousa/2025/02/14/micros-abren-colegios-dentro-programa-radio-na-biblio/0003_20250214C6992.htm , https://www.farodevigo.es/o-morrazo/2025/05/02/colegio-torre-cela-premio-concurso-116955944.html , https://www.elcorreogallego.es/concellos/2025/05/04/vii-concurso-podcasts-radio-biblio-homenaxe-cantareiras-117017395.html	
Radio Municipal de Corcubión (A Coruña, Galicia)	Programa Disque	Galicia			
Radio Municipal de Corcubión (A Coruña, Galicia)	Programa "ONDA ODS"	Galicia			
Comunidad Filmin, S. L.	Atlántida Mallorca Film Festival	Illes Balears	https://atlantidafilmfest.com		
Radio Televisión del Principado de Asturias (RTPA)	Participación a través de la Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA) en el Decálogo contra las fake news — “Si dudas, no compartas”	P. de Asturias	https://ec.europa.eu/futurium/en/european-media-literacy-events/decalog-contra-las-fake-news-de-la-federacion-de-organismos-de-radio.html		
Radio Televisión del Principado de Asturias (RTPA)	Grupo de Trabajo para el Impulso de la Alfabetización Mediática en España, dentro del Foro contra las campañas de desinformación del Departamento de Seguridad Nacional(DSN).	P. de Asturias			

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
Radio Televisión del Principado de Asturias (RTPA)	Jornada FORTA & IBERIFIER sobre alfabetización mediática.	P. de Asturias	https://iberifier.eu/2025/07/16/jornada-forta/	https://iberifier.eu/2025/07/16/jornada-forta/	https://www.mundoplus.tv/tv-digital/forta-e-iberifier-refuerzan-en-madrid-el-papel-del-servicio-publico-audiovisual/ , https://www.miciudadreal.es/2025/09/11/cmm-reafirma-su-compromiso-con-la-alfabetizacion-mediatica-ante-la-comunidad-educativa-y-los-medios-de-forta/ , https://www.programapublicidad.com/forta-e-iberifier-organizan-en-madrid-una-jornada-sobre-desinformacion-y-alfabetizacion-mediatica/ , https://www.plataformaong.org/noticias/4547/iberifier-organiza-unas-jornadas-sobre-alfabetizacion-mediatica , https://www.apmadrid.es/apm-event/forta-e-iberifier-organizan-una-jornada-sobre-alfabetizacion-mediatica/
Euskal Irrati Telebista - Radio televisión Pública vasca (EITB)	Conciencia Social en formato Podcast	País Vasco	https://guau.eus/s/norte-sur , https://guau.eus/s/harresi-ikusezina , https://guau.eus/s/el-muro-invisible		
Euskal Irrati Telebista - Radio televisión Pública vasca (EITB)	EITB BARRUTIK – EITB DESDE DENTRO	País Vasco		https://www.eitb.eus/es/grupo-eitb/videos/detalle/9530756/video-el-equipo-de-egun-on-protagonista-de-seccion-eitb-barrutik/ , https://www.eitb.eus/es/grupo-eitb/videos/detalle/9336582/bideoa-un-dia-con-equipo-de-bibazuek/ , https://www.eitb.eus/es/grupo-eitb/videos/detalle/9467964/como-se-preparan-informativos-de-fin-de-semana-de-etb/ , https://www.eitb.eus/es/grupo-eitb/videos/detalle/9419307/bideoa-un-dia-con-equipo-del-informativo-faktoria-de-euskadi-irratia/ , https://www.eitb.eus/es/grupo-eitb/videos/detalle/9509721/el-equipo-del-magazine-faktoria-protagonista-de-seccion-eitb-barrutik/ , https://www.eitb.eus/eu/eitb-taldea/bideoak/osoia/9488568/euskadi-irratiko-baipasa-saioa-gertutik-ezagutu-dugu-olaia-urtiagaren-eskutik/ , https://www.eitb.eus/es/grupo-eitb/videos/detalle/9349303/conocemos-servicio-de-vestuario-de-eitb-de-mano-de-edurne-olaizola/ , https://www.eitb.eus/es/grupo-eitb/videos/detalle/9267421/video-un-dia-con-arnaitz-fernandez/ , https://www.eitb.eus/eu/heavymetal/bideoak/osoia/9450975/eitbk-azken-belaunaldiko-unitate-mugikorra-eskuratu-du-bere-kanpoekoizpenak-sendoteko/	https://www.instagram.com/reel/C89czQlx6O/ , https://www.tiktok.com/@eitbeus/video/738739421257060641
Euskal Irrati Telebista - Radio televisión Pública vasca (EITB)	EKIN: EITB por la Transformación Social”	País Vasco		https://www.youtube.com/watch?v=fDVrBVELhuY , https://www.youtube.com/watch?v=cUttOnoHxQ0 , https://www.youtube.com/watch?v=iHUnd6OryR0 , https://www.youtube.com/watch?v=5j_vDW70iNY , https://www.youtube.com/watch?v=bPK0c0zadHg , https://www.youtube.com/watch?v=qNeUqXid8sM , https://youtu.be/woaixl1jNok , https://youtu.be/_nqCjP14Cc , https://www.youtube.com/watch?v=vMXeWrybSg , https://www.youtube.com/watch?v=dk38sTpOMI , https://youtu.be/O_WeDuB1cAk , https://youtu.be/k2zjcCqwsbu	https://www.eitb.eus/es/sala-prensa/videos/detalle/9438924/videopalabras-de-marta-alvarez-sobre-informe-valor-e-impacto/
Euskal Irrati Telebista - Radio televisión Pública vasca (EITB)	“El otro lado de la mesa”	País Vasco		https://www.eitb.eus/es/nahieran/programas/el-otro-lado-de-la-mesa/el-otro-lado-de-la-mesa-1-marihuana-transexualidad-en-el-deporte-y-apariencias/detalle/9552/246907/ , https://www.eitb.eus/es/nahieran/programas/el-otro-lado-de-la-mesa/feminismo-caza-y-esoterismo/detalle/9552/246911/ , https://www.eitb.eus/es/nahieran/programas/el-otro-lado-de-la-mesa/vacunas-generacion-de-crystal-y-los-lmites-del-humor/detalle/9552/246910/ , https://www.eitb.eus/es/nahieran/programas/el-otro-lado-de-la-mesa/homosexualidad-e-iglesia-gestacion-subrogada-y-edadismo/detalle/9552/246909/ , https://www.eitb.eus/es/nahieran/programas/el-otro-lado-de-la-mesa/eutanasia-cirugia-estetica-y-tauromaquia/detalle/9552/246908/	https://www.festival.tv/el-festival-acoge-el-otro-lado-de-la-mesa-el-nuevo-programa-de-etb2/
Euskal Irrati Telebista - Radio televisión Pública vasca (EITB)	Jornada sobre alfabetización mediática y desinformación	País Vasco		https://www.apmadrid.es/apm-event/forta-e-iberifier-organizan-una-jornada-sobre-alfabetizacion-mediatica/ , https://kazetariak.eus/wp-content/uploads/2025/07/FORTA2-IBERIFIER-sobre-alfabetizacion-mediatica.pdf , https://tmbroadcast.es/index.php/forta-iberifier-curso-madrid-desinformacion/ , https://www.cmmedia.es/informacion-corporativa/sala-de-prensa/forta-organiza-curso-desinformacion-alfabetizacion-mediatica.html , https://www.plataformaong.org/ARCHIVO/documentos/noticias/4547/1751613121_programa-provisional-jornadas-iberifier-de-alfabetizacin-meditica-madrid-2025-09-10-11.pdf , https://iberifier.eu/2025/07/16/jornada-forta/	
Euskal Irrati Telebista - Radio televisión Pública vasca (EITB)	Tips para TICs en formato Podcast”	País Vasco		https://guau.eus/s/cookie-eta-kafea , https://guau.eus/s/prebentik , https://guau.eus/s/preventicrecursosdeusoenelambitofamiliaryescolar	

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE ENTIDAD	NOMBRE MEDIDA	ÁMBITO GEOGRÁFICO	ENLACES WEB – DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	ENLACES WEB – ACTIVIDADES REALIZADAS Y REPERCUSIÓN EN PRENSA	OTROS ENLACES WEB
CBM SERVICIOS AUDIOVISUALES, S.L.U.	Recomendaciones para evitar el fraude y las estafas digitales	R. de Murcia			https://www.la7tv.es/video/informativo-manana/i250227010-wmv/20250227195832051891.html , https://www.la7tv.es/video/informativo-mediodia/i25062102t-wmv/20250622102620056669.html , https://www.la7tv.es/video/informativo-manana/i25080401n-wmv/20250804165816058296.html , https://www.la7tv.es/video/informativo-mediodia/7-noticias-edicion-mediodia-17-09-25/20250917183250059836.html , https://www.la7tv.es/video/informativo-tarde/7-noticias-edicion-tarde-26-09-25/20250927112324060153.html , https://www.la7tv.es/video/informativo-manana/i25100301n-wmv/20251004121352060385.html , https://www.la7tv.es/video/murcia-conecta/pmcw07073t-wmv/20250131093357050748.html

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

11. ANEXO III – RESUMEN DE TODAS LAS INICIATIVAS RECOPILADAS EN EL PERIODO 2023-2025.

NOMBRE AGENTE	M. FINANCIACIÓN						M. PRESTADORES ESTATAL	M. PRESTADORES CCAA/LOCAL	M. AM PIV/UER/INFLUENCERS
	M. LEGISLATIVAS	M. ORGANIZATIVAS	PRESUPUESTADO	ASIGNADO	M. CURRÍCULUM EDUCATIVO	M. ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA (GENERAL)			
13 TV, S.A.							8		
ABS-CBN SPAIN, S.L.U.							1		
ACEIS						1			
ACPP y Maldita.es						1			
Agencia Digital de Andalucía. Junta de Andalucía						6			
Agencia Pública Empresarial Radio y Televisión de Andalucía y su Sociedad Filial, Canal Sur Radio y Televisión								9	
Alfa-Media Andalucía						1			
APM-MADRID*						1			
Asociación Cultural Ondas Para Activación de Información Independiente – Radio FilispIM								1	
Associació Cultural Modiband						1			
AUC						19			
Barriometrages						2			
Brenrose Spain, S.L.							1		
C.F. de Navarra	1	1			1	1			
Cable Aireworld, S.A.U.							1		
Cadena Ser (Radio Elche, S.L.)								1	
Call DIGITAL-2023-DEPLOY-04, European Digital Media Observatory (EDMO) – National and multinational hubs; referencia: IBERIFIER Plus - *						1			
Canal Cosmopolitan Iberia, S.L. / COSMO TV							2		
Cantabria*						1			
Casa África*						1			
Castilla-La Mancha					1	14			
Castilla-La Mancha Media								4	
CBM SERVICIOS AUDIOVISUALES, S.L.U.								1	
Centrowebs SC									1
CEPA San Martín de Valdeiglesias *						1			
Cines Zoco Majadahonda						1			
Cinetel Multimedia, S.L.							1		
CNMC						4			
Colectivo Universitarios Activos - CUAC						1			
Comunidad de Madrid	4	8.235.853,00 €	5.860.000,00 €	1	1				
Comunidad Filmin, S. L.		1					2		
Comunitat Valenciana									
Consejería Educación – Junta de Castilla y León *						1			
Consejo Audiovisual Andalucía						10			
Consell de l'Audiovisual de Catalunya						5			
Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valencia			24.587,96 €	24.587,96 €					
Corporación Aragonesa de Radio y Televisión (CARTV)								4	
Corporación de Radio y Televisión de Galicia/Corporación de Servizos Audiovisuais de Galicia (CRTVG/CSAG)								8	
Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.							67		
Criterio Mil						1			
Cruz Roja Española (Ámbito Andalucía)						1			
Diputación de Navarra *						1			
Dirección General del Libro*						1			
EGEDA - Platino Educa							1		
El País*						1			
Elche 7 TV								1	
ESET - Ciberseguridad*						1			

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE AGENTE	M. FINANCIACIÓN								
	M LEGISLATIVAS	M ORGANIZATIVAS	PRESUPUESTADO	ASIGNADO	M. CURRÍCULUM EDUCATIVO	M. ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA (GENERAL)	M. PRESTADORES ESTATAL	M. PRESTADORES CCAA/LOCAL	M. AM UER/INFLUENCERS
Euskal Irrati Telebista - Radio televisión Pública vasca (EITB)						1		8	
FADEMUR*						1			
Federación Valenciana de Municipios y Provincias *						1			
Fundación Academia del Cine						1			
Fundación Amigos de Radio María								1	
Fundación Atresmedia							9		
Fundación Bancaria Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona - La Caixa							2		
Fundación Cibervoluntarios						4			
Fundación de la Escuela de Cinematografía y del Audiovisual de la Comunidad de Madrid (ECAM)						1			
Fundación Luca de Tena						1			
Fundación Maldita.es						7			
Fundación Telefónica*						1			
Gestión de Contenidos Virtuales, S.L							5		
Google*						1			
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.							23		
ICMEDIA						1			
INCIBE						1			
INFLUENCERS								51	
Institución de la Unión Europea (Oficina del Parlamento Europeo en España)*						1			
Investigación y Desarrollo de Ideas y Proyectos, S.L.								1	
Junta de Castilla y León						1			
Junta de Extremadura*						1			
La Liga Group International, S.L.							1		
La Rioja									
Las Espigadoras, S.L						4			
Libertad Digital, S.A.							4		
Liga Nacional de Fútbol Profesional							1		
Los 40 Elche (Radio Elche, S. L.)							1		
Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes	5		301.102.000,00 €	299.422.800,00 €		1			
Ministerio de Transformación Digital y de la Función Pública						2			
Multicanal Iberia, S.L.U.							11		
NBC Universal Global Networks España, S. L.							6		
NEGOCIOS TV (Business Videns SL)							1		
Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI) - Entidad Pública Empresarial Red.es			726.407,07 €	625.057,59 €		4			
Orange Digital Center*						1			
Oxfam*						1			
Principado de Asturias*						1			
País Vasco			14.000.000,00 €	13.143.337,87 €	5		1		
Periódico NueveCuatroUno							1		
Plataforma de la Infancia y Maldita.es						1			
Principado de Asturias	1		5.183.702,00 €	3.689.809,98 €		9			
Radio Municipal de Corcubión (A Coruña, Galicia)								2	
Radio Sirena Cope Benidorm (MEGAHERTIZIOS, S.A.)								1	
Radio Televisión del Principado de Asturias (RTPA)								3	
Radio Televisión Madrid, S.A.U. (RTVM)								5	
Rakuten TV Europe, S. L. U.							8		
Real Madrid Club de Fútbol							9		
Red ACOGE*						1			
Secretariado Gitano*						1			

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.

NOMBRE AGENTE	M. FINANCIACIÓN									
	M LEGISLATIVAS	M ORGANIZATIVAS	PRESUPUESTADO	ASIGNADO	M. CURRÍCULUM EDUCATIVO	M. ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA (GENERAL)	M. PRESTADORES ESTATAL	M. PRESTADORES CCAA/LOCAL	M. AM UER/INFLUENCERS	
Sociedad Pública de Radiodifusión y Televisión Extremeña, S.A.U. (Canal Extremadura)								13		
Sony Pictures Entertainment Iberia SLU							2			
Squirrel Global Media, S.L.							2			
Techpump Solutions, S.L.									3	
Telefónica Audiovisual Digital, S. L. U.							13			
The Guardian Foundation*						1				
The Walt Disney Company Iberia, S.L.U.							7			
Tres Amigos Films, S.L.							1			
TV UP Streaming Media							1			
UER – Usuarios de Especial Relevancia									30	
Unión Europea*						1				
Universidad de Cádiz						8				
Universidad de Finlandia*						2				
Universidad de Málaga						3				
Universidad de Oviedo						1				
Universidad de Vigo*						2				
Universidad del País Vasco						3				
Universidad Rey Juan Carlos*						1				
UTECA						6				
Veo Televisión, S.A.U.							6			
Viacom International Media Networks España, S.L.U.							13			
Vodafone ONO, S.A.U. y Vodafone España, S.A.U.							11			
Xunta de Galicia						4				
Xunta de Galicia*						1				
TOTAL	13	2	329.272.550,03 €	322.765.593,40 €	13	163	217	63	86	

Las entidades marcadas con * significa que esas iniciativas han sido reportadas por Maldita.es y puestas en marcha entre el agente y Maldita.es.