



## TÍTULO

**ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA**  
HERRAMIENTAS PARA IDENTIFICAR BULOS Y DESINFORMACIÓN

## AUTORA

**Helena Murillo Gómez**

	<b>Esta edición electrónica ha sido realizada en 2024</b>
Director	Dr. D. Walter Federico Gadea
Instituciones	Universidad Internacional de Andalucía ; Universidad de Huelva
Curso	<i>Máster Oficial Interuniversitario en Comunicación y Educación Audiovisual (2022/23)</i>
©	Helena Murillo Gómez
©	De esta edición: Universidad Internacional de Andalucía
Fecha documento	2023



**Atribución-NoComercial-SinDerivadas  
4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)**

Para más información:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.en>



HELENA MURILLO GOMEZ

# ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA: HERRAMIENTAS PARA IDENTIFICAR BULOS Y DESINFORMACIÓN

MÁSTER EN COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN  
AUDIOVISUAL

DIRECTOR TFP:  
DR. WALTER FEDERICO GADEA

JUNIO 2023





# **ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA: HERRAMIENTAS PARA IDENTIFICAR BULOS Y DESINFORMACIÓN**

**Trabajo Final de Prácticas (TFP)**

**Helena Murillo - Gomez**

**Director**

**Dr. Walter Federico Gadea**



**Universidad  
de Huelva**



**Universidad de Huelva | Universidad Internacional de Andalucía, 2023**

# **Alfabetización mediática: herramientas para identificar bulos y desinformación**

## **Media literacy: methods for identifying hoaxes and misinformation**

**Trabajo Final de Prácticas (TFP)**

Máster de Comunicación y Educación Audiovisual

**Helena Murillo - Gomez**

Director: Dr. Walter Federico Gadea

Universidad de Huelva | Universidad Internacional de Andalucía, 2023



# ÍNDICE

<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>7</b>
<b>II. OBJETIVOS</b>	<b>10</b>
2.1. Objetivos generales:	11
2.1.1. Objetivos específicos:	11
<b>III. CONTEXTO INSTITUCIONAL</b>	<b>12</b>
3.1. SOBRE MALDITA.ES	13
3.2. EL EQUIPO: FUNDADORES	14
3.3. SECCIONES	18
3.3.1. MALDITA EDUCA	19
3.3.2. COLABORACIONES RECIENTES:	19
3.3.3. CURSO ONLINE ORANGE DIGITAL CENTER	20
<b>IV. HERRAMIENTAS PARA IDENTIFICAR BULOS Y DESINFORMACIÓN</b>	<b>25</b>
4.1. DEFINICIÓN	26
4.2. DESINFORMACIÓN Y BULOS	27
4.2.1. TIPOS DE BULOS	27
4.3. HERRAMIENTAS PARA IDENTIFICAR CONTENIDO FIABLE EN INTERNET	28
<b>V. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN EDUCOMUNICATIVA</b>	<b>32</b>
5.1. PLAN DE ACTIVIDADES	33
5.1.1. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN: CRONOGRAMA	34
5.2. RECURSOS HUMANOS, MATERIALES Y ECONÓMICOS	42
5.3. RESULTADOS PREVISIBLES Y PROSPECTIVA DE FUTURO	44
<b>VI. LIMITACIONES Y AUTOVALORACIÓN</b>	<b>46</b>
6.1. LIMITACIONES DE LA PROPUESTA	47
6.2. AUTOVALORACIÓN	48
<b>REFERENCIAS</b>	<b>49</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>52</b>
DIARIO PRÁCTICAS MÁLDITA.ES	53

## Agradecimientos

Queridos compañeros,

Antes de dar comienzo a mi Trabajo Final de Prácticas (TFP) me gustaría dedicar este espacio para agradecer a todas aquellas personas que me han ayudado y acompañado en esta etapa final del “Máster Universitario Comunicación y Educación Audiovisual”.

En primer lugar, nombrar a Maldita.es, por su valioso trabajo, su apoyo y orientación constante durante el periodo de las prácticas; así como también por su cercanía y amabilidad desde el primer día haciéndome partícipe e integrándome en su equipo. Sus consejos y orientaciones han sido fundamentales para la elaboración de este trabajo.

También me gustaría expresar mi agradecimiento al director de mi Trabajo Final de Prácticas, el Dr. Federico Walter Gadea por su tiempo, aportaciones y sugerencias constructivas. Sus comentarios críticos y puntuales han sido claves para dicho resultado.

Por otro lado, mencionar al profesorado del Máster quienes han aportado una visión más amplia sobre la educación mediática y además han mejorado significativamente mis conocimientos sobre esta materia; sus experiencias han sido enriquecedoras y han permitido ampliar mi comprensión sobre este campo.

A todos los mencionados anteriormente y a mi familia, quiero expresar mi enorme agradecimiento por haberme ayudado y apoyado en esta nueva trayectoria académica. Su apoyo y contribución han favorecido el resultado de este trabajo.

Atentamente,

Helena Murillo Gómez





# I. INTRODUCCIÓN

---

Ante los avances de la tecnología y el auge de las redes sociales y los medios de comunicación en el ecosistema informativo digital, resulta imprescindible facilitar herramientas para que la ciudadanía pueda defenderse frente a los bulos y la desinformación. En este sentido, una persona competente mediáticamente tiene que desarrollar una serie de habilidades para que comprenda y sea crítico con los contenidos con los que interactúa diariamente.

En este sentido, la **alfabetización mediática e informacional (AMI)** se articula como foco central de este trabajo, ya que, en la actualidad, la desinformación llega a los usuarios a través del teléfono móvil, las redes sociales, SMS, correo electrónico o webs y en este contexto, es necesario conocer el funcionamiento de los medios de comunicación.

Según la European Association for Views Interests (EAVI), la alfabetización mediática se define como la **habilidad del ciudadano para analizar y entender lo que hacen los medios de comunicación; evaluar el poder de las imágenes, sonidos y mensajes, así como la participación democrática en diferentes ámbitos de la vida**. Por tanto, la alfabetización mediática es el resultado de la educación en medios; un término que incluye el análisis, la evaluación y la reflexión crítica (Buckingham, 2003).

Una persona alfabetizada debe dominar el lenguaje textual, audiovisual y digital, además de tener las competencias necesarias para saber seleccionar e identificar de manera crítica y razonada cualquier contenido y técnica que utilizan los medios; ya que, el desarrollo de estas competencias necesarias facilita el empoderamiento y el acceso a la información.

Uno de los objetivos de la alfabetización mediática es que los estudiantes sean conscientes de que los medios son empresas informativas y están ligados a intereses que

condicionan sus enfoques y por este motivo “es necesario que se cree una conciencia crítica y se descodifiquen los mensajes y valores que estos presentan” (Cuervo y Medrano, 2013).

Ante estos retos actuales de la competencia mediática, los usuarios deben adaptarse y dejar de tener un papel pasivo y ser prosumidores. Este rol supone tener destrezas nuevas y diferentes, entre el análisis crítico y la expresión (Toffler, 1980). Por ello, en este nuevo entorno comunicativo, es importante formar a los más jóvenes en alfabetización mediática; pues están también expuestos a los medios de comunicación y en muchas ocasiones, no saben identificar el tipo de contenido que reciben. Por este motivo, es necesario acercar los medios de comunicación a la comunidad educativa para que conozcan y entiendan su funcionamiento y los mensajes que transmiten; además de evaluar de manera crítica los contenidos. De igual manera es importante formar y facilitar estas herramientas al resto de la población para que puedan afrontar el siglo XXI.

Por otro lado, una de las desventajas de esta sociedad hiperconectada es que la desinformación se difunde de manera más rápida e intencionadamente, lo que a veces resulta difícil identificar este tipo de contenido. Las posibilidades y facilidades de crear, manipular y difundir cualquier contenido posibilitan la propagación de los bulos y la desinformación, e incluso, se habla de desinfodemia (Posetti y Bontcheva, 2020).

Ante este escenario, Ballestín (2015) advierte que “todas las decisiones que influyen en nuestra vida pasan por los medios de comunicación y cada día más, por los medios digitales”. A esta idea Pérez - Tornero (2008) añade que no se trata de alarmarse por los efectos negativos de los medios sino de aprender a utilizarlos correctamente por su capacidad de enriquecimiento.

## II. OBJETIVOS

---

## 2.1. Objetivos generales:

Para el presente trabajo se han establecido los siguientes dos objetivos principales:

1. **Ofrecer** herramientas tecnológicas e información para identificar bulos y desinformación.
2. **Analizar** y **evaluar** el trabajo realizado durante las prácticas en Maldita.es, así como conocer sus proyectos sobre alfabetización mediática.

### 2.1.1. Objetivos específicos:

→ Los objetivos específicos que se pretenden conseguir son:

- **Fomentar** el pensamiento crítico entre la población más joven para que tomen sus propias decisiones.
- **Desarrollar** habilidades para evaluar y seleccionar el contenido que recibimos a través de diferentes plataformas.
- **Trabajar** los medios de comunicación en el aula como material didáctico a partir de la propuesta de intervención planteada.

## **III. CONTEXTO INSTITUCIONAL**

---

### 3.1. SOBRE MALDITA.ES

[Maldita.es](https://maldita.es) es un medio de comunicación sin ánimo de lucro que lucha contra la desinformación y promueve la transparencia a través del *fact - checking*. Su principal objetivo es brindar herramientas, información y tecnología a los ciudadanos para que tengan sus propias opiniones y puedan tomar decisiones fundamentadas, además de fomentar el sentido común.

Los **objetivos** principales de Maldita.es son:

- **Verificar y contrastar la información** que se publica en Internet y en medios de comunicación.
- **Promover la alfabetización mediática** a través de diferentes proyectos y talleres.
- **Controlar la transparencia** de las instituciones públicas y privadas.

El lema de Maldita.es se identifica como **“periodismo para que no te la cuelen”**, ya que gracias a su trabajo de investigación periodística y a sus técnicas de verificación y datos, la ciudadanía tiene más herramientas para identificar el contenido fiable en Internet.

Desde el 30 de octubre de 2019, Maldita.es es una fundación conocida como **“Fundación Maldita contra la Desinformación: Periodismo, Educación, Investigación y Datos en Nuevos Formatos”**. Además, también son una asociación; aunque su objetivo a largo plazo es realizar todos los proyectos solo con la fundación.

Maldita.es forma parte del [International Fact Checking Network \(IFCN\)](https://www.ifcn.org/), una alianza de verificadores a nivel internacional que regula y controla que empresas de verificación como Maldita.es hagan correctamente su trabajo. Por ello, tienen que pasar un examen anual en el que se comprueba si cumplen o no con los principios de transparencia de financiación y organización, imparcialidad y correcciones honestas.



Este examen lo realiza un asesor externo que luego pasa por el Consejo Asesor del IFCN para evaluar si la organización cumple con los principios básicos. El último asesor que evaluó a Maldita.es fue el profesor de periodismo digital de la Pontificia Universidad Católica de Río Grande del Sur, Marcelo Crispim da Fontoura.

## 3.2. EL EQUIPO: FUNDADORES

En cuanto a los fundadores de Maldita.es cabe mencionar a [Julio Montes](#) y [Clara Jiménez](#) quienes empezaron este proyecto juntos en 2019. Por un lado, Clara Jiménez, actual directora editorial y CEO de Maldita.es, empezó su trayectoria profesional en Intereconomía aunque estuvo gran parte del tiempo trabajando en laSexta en programas como “Debate Al Rojo Vivo”, “laSexta Columna” y “laSexta Noche”. Además, entre 2013 y 2018 trabajó en “El Objetivo” con Ana Pastor. Actualmente, Clara Jiménez también colabora en los programas radiofónicos “No es un día cualquiera” de RNE y “Julia en la Onda” de Onda Cero.

Por otro lado, Julio Montes es el director de Maldita.es y también ha trabajado durante varios años en laSexta. Julio Montes fue uno de los creadores de “laSexta Columna” y coeditor del programa “Debate Al Rojo Vivo”. También colabora en el programa “Julia en la Onda” de Onda Cero.

Una vez conocido el trabajo que hace Maldita.es, resulta interesante conocer también al equipo que está detrás de este medio trabajando. En su página web, en la sección “[Conoce a nuestro equipo](#)”, se presentan cada uno de los integrantes de las diferentes secciones que conforman Maldita.es, así como también se introduce una biografía de los mismos.

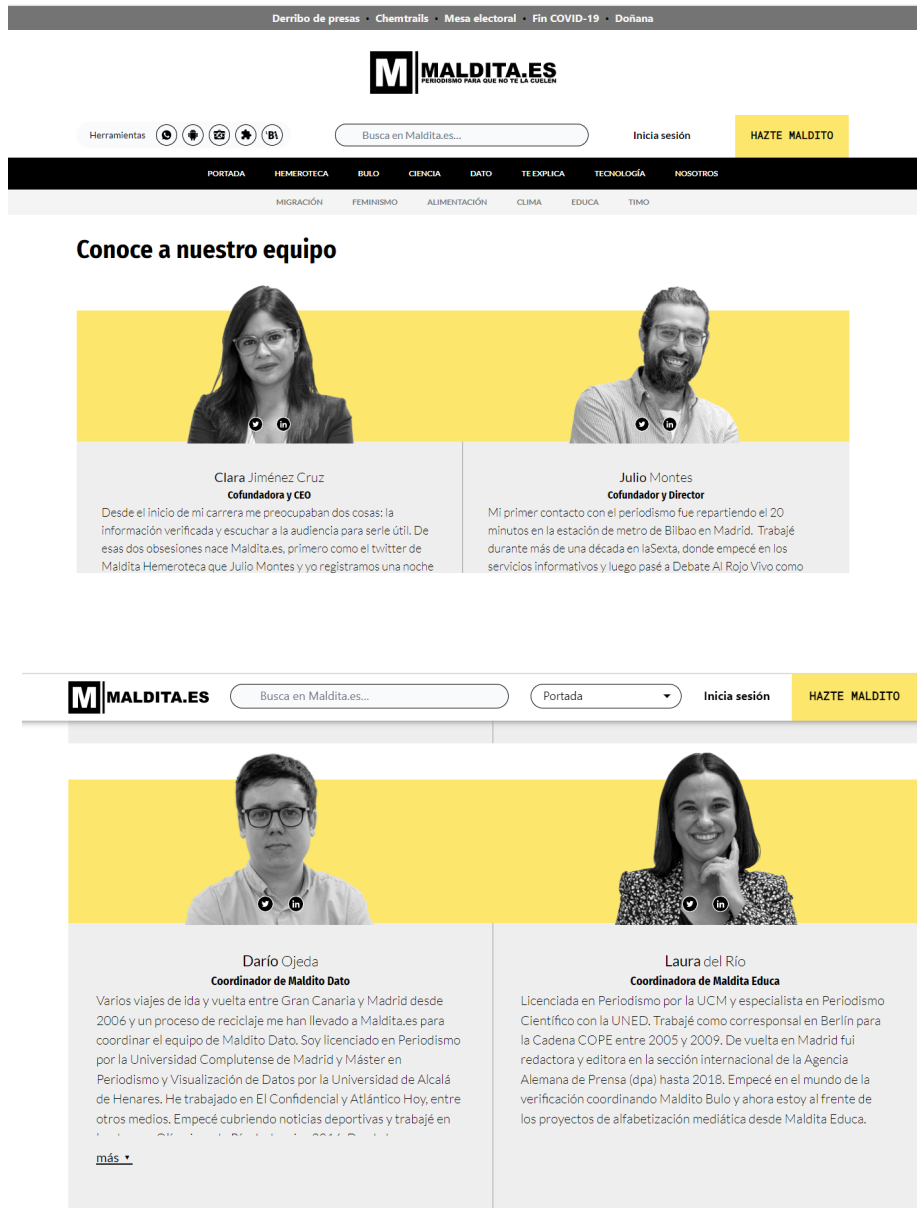


Figura 1. Equipo de Maldita.es

En relación con las personas que trabajan en el equipo de Maldita, mencionar que todas ellas se rigen por la [política de neutralidad](#); la cual expone que bajo ningún concepto Maldita.es se posicionará sobre algún partido político o candidato; pues esto supondría la expulsión inmediata de la Fundación. Además, de acuerdo con las [“Normas para](#)

actividades de concienciación, políticas públicas y lobby” es importante subrayar los principios y compromisos de la Fundación; tal y como se muestra en las dos imágenes siguientes:

**Principios**

- Creemos que las actividades de concienciación, políticas públicas y lobby son legítimas y necesarias para el proceso democrático, y que Maldita.es debe llevarlas a cabo como parte de su misión siempre y cuando las realice de acuerdo con los siguiente principios:
- Somos una organización apartidista y todas nuestras actividades de concienciación, políticas públicas y lobby serán un reflejo de ello. Interactuaremos con todos los actores relevantes que reclamen nuestra opinión en un debate público que esté dentro de nuestras áreas de interés, sin discriminar a ninguno. Tomaremos partido a favor de las políticas que consideremos más efectivas contra la desinformación, nunca a favor de candidatos o partidos políticos.
- Las únicas áreas en las que realizaremos actividades de concienciación, políticas públicas y lobby es en aquellas directamente relacionadas con nuestra misión: desinformación, fact-checking, periodismo, alfabetización mediática, tecnologías de la información, transparencia y libertad de expresión.

“ **Todas nuestras actividades de concienciación, políticas públicas y lobby se realizarán de un modo que no comprometa en forma alguna la independencia editorial de Maldita.es** ”

**Compromisos**

Para asegurarnos que esos principios son aplicados de forma efectiva en todas nuestras actividades de concienciación, políticas públicas y lobby, la Fundación Maldita.es se compromete a las siguientes acciones:

**Sobre el apartidismo y relevancia:**

- Nuestro equipo de políticas públicas estará disponible a través de [policy@maldita.es](mailto:policy@maldita.es) para cualquiera que quiera tratar con nosotros sobre asuntos de políticas públicas. Cualquier negativa a tratar con una persona o institución se basará en su relevancia para ese debate público en particular.
- Cualquier financiación que Maldita.es obtenga por parte de instituciones públicas será reportada y [accesible a través de nuestra web](#). Haremos lo mismo con cualquier tipo de financiación que recibamos para apoyar nuestras actividades de concienciación, políticas públicas y lobby.
- Maldita.es, como recoge [nuestra política de neutralidad](#), nunca apoyará oficialmente a un candidato o partido político. Si algún miembro del equipo de políticas públicas lo hace, debe clarificar que no lo hace en nombre de la organización.
- La aceptación de cualquier cargo dentro de un partido político por parte de un trabajador de Maldita.es lleva aparejada la finalización del empleo, de acuerdo con [nuestra política de neutralidad](#).

“ **Maldita.es nunca apoyará oficialmente a un candidato o partido político** ”

**Figura 2.** Principios y Compromisos de la Fundación Maldita.es

Del mismo modo, los profesionales que trabajan en Maldita.es tienen que cumplir con la deontología periodística y proteger la credibilidad y la honestidad de los contenidos de Maldita.es, dejando de lado los conflictos de intereses. Un caso que ejemplifica esto es el siguiente [artículo](#) sobre la actualización de *WhatsApp* y el reenvío limitado de mensajes para evitar que se difundan bulos y frenar la cadena desinformativa cuanto antes. En este bulo se afirmaba que Maldita.es estaba controlando y censurando los contenidos de *WhatsApp*. Sin embargo se demostró lo contrario e incluso el propio *WhatsApp* lo [desmintió](#).

**¿Está Maldita.es o alguien verificando para WhatsApp?  
¿Por qué hay una página de Whatsapp en la que sale  
vuestro número?**

No estamos verificando contenidos para WhatsApp: no tenemos acceso al contenido que se está viralizando. En las [FAQs de WhatsApp aparece nuestro número](#), junto con el de decenas de otros fact-checker alrededor del mundo como una recomendación de dónde puede verificar "si los datos que recibes parecen sospechosos o imprecisos". Todas las organizaciones que aparecen en ese listado son firmantes del Código de Principios del International Fact-checking Network (IFCN). Es una recomendación que hace WhatsApp para que consultes a verificadores que pertenecen a la International Fact Checking Network. WhatsApp te dice que si los datos que recibes parecen sospechosos o imprecisos, "te recomendamos" verificarlos con estas Organizaciones de verificación de información de IFCN oficiales. Y da nuestros números de teléfono. Ahí acaba todo. No verificamos para WhatsApp.

Preguntas frecuentes		
(Matando)		
Irlanda	TheJournal.ie	+353852214696
Myanmar	Factorescendo - Myanmar	+959407099077
Nigeria	Dubawa	+234 806 935 2412
Perú	Verificador de La República	+51 997 883 271
España	Maldita	+34 655 19 85 38
España	Newtral	+34 682 58 96 64

**Figura 3.** Artículo publicado en Maldita.es el 13/4/2020

Por otro lado, Maldita.es también se compromete a rectificar siempre que sea necesario; y lo hacen tanto en su web como en sus redes sociales. Según su [Política de rectificación](#), además de incluir la palabra ‘CORRECCIÓN’ en el titular de la noticia, también tienen que dejar constancia de la publicación anterior o señalar con asteriscos para que se pueda ver la rectificación y se conozca que se ha modificado ese artículo, como se expone en los siguientes casos:

The image shows two examples of corrections. On the left, a Twitter thread from Maldito Dato (@MalditoDato) shows a correction to a tweet about the new government. The original tweet mentioned the government was the third largest in history, but the correction states it is the fourth largest. On the right, a screenshot of the Maldito Dato website shows a correction to an article about traffic in Madrid Central. The original headline claimed that only 1.5% of traffic circulates, but the correction states it is true. Below that, another article is shown with a headline about mandatory mask usage in public spaces to maintain safety distance.

**Figura 4.** Ejemplos de contenido rectificado

Maldita.es se **financia** a través de colaboraciones con plataformas, otros medios de comunicación, becas, premios, talleres y de la propia comunidad que de forma voluntaria colabora con Maldita.es; ya que no tienen ningún tipo de publicidad. Además, Maldita.es tiene público sus [ingresos](#); tanto las cuentas correspondientes a la [asociación](#) como a la [Fundación](#).

### 3.3. SECCIONES

**Dentro de Maldita.es encontramos las diferentes secciones:**

1. **[Maldita Hemeroteca](#)**: Verifican los discursos políticos con documentos y recursos de archivo.
2. **[Maldito Bulo](#)**: *Fact-checking* de timos y bulos.
3. **[Maldita Ciencia](#)**: Verifican bulos sobre ciencia.
4. **[Maldito Dato](#)**: Verifican bulos relacionados con temas políticos e investigan con periodismo de datos.
5. **[Maldita Tecnología](#)**: Verifican bulos tecnológicos para poder hacer un uso responsable sobre ellos.
6. **[Maldita Educa](#)**: Proyecto de educación y divulgación sobre desinformación y alfabetización mediática.
7. **[Maldita Migración](#)**: Verifican bulos sobre migración y población vulnerable.
8. **[Maldito Feminismo](#)**: Verifican bulos de temas relaciones con el género.
9. **[Maldita Alimentación](#)**: Verifican bulos sobre alimentación.
10. **[Maldito Clima](#)**: Verifican bulos sobre temas climáticos.
11. **[Maldito Timo](#)**: Alertas y divulgación de timos comunes y recomendaciones para evitarlos.



**Figura 5.** Secciones de Maldita.es

### 3.3.1. MALDITA EDUCA

De las diferentes secciones específicas de Maldita.es, **Maldita Educa** es un proyecto que está enfocado en la alfabetización mediática donde se elaboran materiales y se ofrecen talleres formativos a la comunidad educativa para luchar contra la desinformación. Ha sido en esta sección donde he realizado mis prácticas del máster ya que el trabajo que realizan está estrechamente relacionado con la alfabetización mediática. Al final del trabajo, en el anexo, se expone el diario.

### 3.3.2. COLABORACIONES RECIENTES:

Alguno de los proyectos y recursos educativos que ha desarrollado **Maldita Educa** en los últimos años son los siguientes:

- **Repositorio público de recursos educativos**: incluye material como infografías, guías didácticas, vídeos o itinerarios formativos.
- **Caja de Herramientas de verificación**: recopila las herramientas de verificación de uso libre para que cualquier persona pueda verificar el contenido: búsqueda inversa de imágenes, vídeos o búsqueda avanzada en redes sociales.
- **La fábrica de bulos**: *escape room* virtual desarrollado junto a Oxfam Intermón y la UPM para reconocer la desinformación sobre las personas migrantes y los discursos de odio. A través de esta herramienta didáctica [“La fábrica de bulos”](#), se puede aprender a desmontar bulos sobre la población migrante.
- **NoMoreHaters**: proyecto de Maldita.es y la FAD sobre el discurso de odio entre adolescentes. Incluye diferentes [juegos](#) para realizar en clase que favorecen frenar la cadena de mensajes de odio.
- **Infoformadores**: curso online gratuito dirigido a la ciudadanía para aprender a identificar contenido fiable en Internet. Está dividido en diferentes módulos y en cada tema se incluye un video explicativo y un test final.

### 3.3.3. CURSO ONLINE ORANGE DIGITAL CENTER

Recientemente, Maldita.es ha diseñado un [curso online gratuito](#) para Orange Digital Center para aprender a identificar el contenido que hay en Internet. Se trata de un MOOC (Curso Online Abierto Masivo) formado por cuatro módulos que incluyen vídeos explicativos y un cuestionario final. Desde abril hasta junio de 2023 se publicarán las diferentes partes del curso y su tiempo de realización no superará los 90 minutos.

Este curso te permite tener más herramientas e información para que no nos engañen en Internet. En él, se mostrarán los diferentes contenidos que aparecen en Internet y que no siempre son fáciles de distinguir como la información, la opinión, la publicidad o el humor. Además, se insistirá en la importancia del pensamiento crítico.

### **El curso está dividido en los siguientes módulos:**

- **Módulo 1: De qué hablamos cuando hablamos de información**

En este primer módulo se explica que no todo lo que vemos en internet tiene que ser información, ya que hay contenidos de opinión y otros contenidos que son de entretenimiento. Por este motivo y pese a la dificultad que supone muchas veces diferenciarlos, en este primer módulo se dan las claves para no caer en la confusión.

Laura del Río, periodista de Maldita.es, explica en este módulo que teniendo en cuenta que estamos todo el día conectados a diferentes canales de comunicación y que nuestra atención está dividida, al final no somos conscientes del contenido que estamos viendo; si es información, opinión, entretenimiento o una mezcla. Por ello, ante esta situación, la periodista argumenta que nos sentimos “**infoxicados**”. Un concepto que según la Fundéu hace referencia a la “sobrecarga de información difícil de procesar”.

Pues bien, para saber cuándo estamos ante un contenido informativo, publicitario o una desinformación, Del Río aclara que la “información” se refiere a aquel contenido que te ayuda a comprender mejor un suceso; un campo de conocimiento o una ley. En este sentido, dentro del campo de la comunicación, la información tiene que cumplir con la deontología periodística y ser lo más fiable y objetiva posible.

De la misma manera, cuando se refiere a “noticia”, el principal género informativo, su objetivo es transmitir hechos y acontecimientos de interés público a través de fuentes y datos contrastados. Ahora bien, una noticia puede tener diferentes formatos (escritos o audiovisuales) y se puede publicar en distintos canales (periódicos digitales, podcast, informativos o redes sociales).

Por otro lado, cuando se trata de una columna de opinión, una tertulia o una emisión de *Twitch* sobre cualquier tema de la actualidad, en estos casos, son géneros mixtos que pueden incluir tanto información contrastada como la propia opinión de los autores.

**Por todo ello, lo recomendable es tener presente lo siguiente:**



1. Fijarse si el contenido está basado en datos y hechos públicos.
2. Verificar la fuente de información: ¿quién lo dice? o ¿es experto en el tema?
3. Identificar el tipo de publicación; si es opinión o humor y contrastar buscando en otras fuentes.
4. Evaluarlo antes de creerlo y compartirlo, ya que en ocasiones puede contener datos erróneos.

Por lo tanto, si lo que queremos es informarnos lo mejor es mantener una dieta informativa fiable, variada y contrastada.

- **Módulo 2: Cuando los desinformadores se disfrazan de medios**

En este segundo módulo la periodista de Maldita.es, Carmen Mesa, advierte de las consecuencias de fiarse de los contenidos que circulan en internet y que aparentemente parecen un medio de comunicación pero que luego no lo son.

Para evitar creerse estos contenidos falsos (bulos), es importante saber lo siguiente:

- **Las falsas portadas de revistas o periódicos.** Por ejemplo, las portadas de la revista [Time](#) son un ejemplo clásico de este tipo de desinformación.
- **Los montajes que utilizan el nombre y el logotipo de medios de comunicación reconocidos.** En este caso, se difunden fotos de un supuesto titular que en realidad no se han publicado. Además, en ocasiones el tipo de letra no coincide con la del medio por lo que también puede ser un buen indicio para identificar cuándo estamos ante un contenido real o manipulado.
- **Las cuentas falsas de Twitter que se hacen pasar por medios de comunicación.** Usan su foto de perfil y copian su formato a la hora de

publicar un *tweet*. Se recomienda fijarse en el nombre que aparece seguido del “@”.

- **Rótulos falsos añadidos a imágenes de televisión.** Por ejemplo, en imágenes del tiempo donde el desinformador modificó el rótulo para mentir a la ciudadanía.

Por todo ello, cuando recibamos solo una captura de pantalla o una foto sin enlace lo idóneo es comprobar si el contenido se ha publicado realmente en ese medio de comunicación o no. Además, en caso de que el contenido lo haya publicado una cuenta de *Twitter* lo mejor es verificar el medio para comprobar que no haya sido una cuenta que lo suplanta. Por último, cuando haya dudas o sospechas de algún rótulo, lo mejor es verificar directamente en la web para comprobar si realmente se ha emitido así.

- **Módulo 3: Publicidad, no siempre tan fácil de detectar**

En este módulo se recuerda y advierte de que nuestros gustos y hábitos de búsqueda, determinan la [publicidad](#) que vemos. Sin embargo, algunas veces resulta complicado identificar los contenidos publicitarios porque tienen apariencia de contenido periodístico. Por su formato, puede parecer que se trata de una noticia, una entrevista o un reportaje aunque, si nos fijamos bien, incluye “ofrecido por”; por lo que se trata de un contenido patrocinado.

Otras de las estrategias que suelen emplearse en las redes sociales es incluir “contenido para”, “*branded content*” o “*brand voice*”. En estas ocasiones, se incluye el *hashtag* “*ad*” que significa “*advertice*”, publicidad o anuncio en inglés. De igual manera lo hacen utilizando la etiqueta de “Colaboración de pago” o “Colab” que muchas veces aparece en el pie de foto o del vídeo.

Por todo ello y para evitar que nos timen a través de la publicidad, lo mejor es leer bien y fijarse en todo los detalles, verificar y saber qué tipo de contenido estamos leyendo o viendo.

- **Módulo 4: El *phishing* y los timos online**

En este último módulo del curso se explican los diferentes tipos de *phishing* y las claves para identificarlos. Este término hace referencia a los correos o SMS sospechosos que recibimos, supuestamente, de un banco o una empresa de paquetería y que tienen como objetivo quedarse con los datos personales y/o bancarios.

También existe otra técnica similar que se llama *vishing* que es un timo que se realiza a través de una llamada telefónica; de ahí la combinación de *voice* y *phishing*. **Según el Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE), “los timadores suplantan la identidad de una empresa u organización por teléfono con el objetivo de hacerse con datos personales o bancarios que pueden resultarles de utilidad para cometer ciberdelitos”.**

Algunas de las recomendaciones que se pueden seguir para evitar ser víctima de estos casos es fijarse en la **dirección del correo electrónico o del SMS** y especialmente lo que viene después de la @; la **dirección de la web (*url*)** antes de introducir cualquier dato y por último, **contrastar con otras fuentes o consultar directamente a la compañía** o a la **Policía Nacional**.

# **IV. HERRAMIENTAS PARA IDENTIFICAR BULOS Y DESINFORMACIÓN**

---

## 4.1. DEFINICIÓN

El profesor de Periodismo y Nuevos Medios de la Universidad Complutense de Madrid, Jesús Miguel Flores Vivar, afirma que la desinformación siempre ha existido; incluso ya en la Segunda Guerra Mundial donde Joseph Goebbels, mano derecha de Adolf Hitler hacía creer al pueblo que la culpa era de la oposición.

En 2016, a raíz de los discursos políticos del expresidente de EE.UU, Donald Trump quien se mostraba en contra de medios de comunicación como el *New York Times* y el *Washington Post*, este término empezó a viralizarse y coger fuerza y ahora con las redes sociales ya se ha terminado de afianzar.

Este concepto anglosajón que habla sobre las noticias falsas se refiere a aquellos contenidos que no están verificados ni contrastados pero que se presentan como verdaderos. Como comenta el profesor de periodismo, **“si ya los profesionales de la información a veces no contrastamos las noticias, menos lo hará un ciudadano de a pie al que le llega una información por *WhatsApp* de un contacto para él creíble”** y como continua, la consecuencia directa de esta realidad es el aumento de bulos.

En este sentido, cuando recibimos un contenido informativo, es responsabilidad de todos verificar y contrastar la noticia antes de difundirla a través de las redes sociales. Se trata de una cuestión de educación, cultura y sentido común y en eso también tienen responsabilidad la escuela, las familias y el Gobierno para formar a la ciudadanía en competencias clave y necesarias de estos tiempos.

Ante este escenario, el papel que juegan los medios es crucial ya que deben innovar no solo en formatos y en tecnología sino también en la verificación. Por ello, se insiste y es necesario trabajar la alfabetización mediática como respuesta a esta situación y así dotar a la ciudadanía de herramientas y tecnología para discernir entre lo que es verdadero de lo que no lo es.

## 4.2. DESINFORMACIÓN Y BULOS

Como se ha explicado anteriormente, los bulos son contenidos falsos o descontextualizados que se difunden de manera intencionada para intentar manipular a la población. No obstante, no siempre tiene que haber una intencionalidad y simplemente es una broma que se acaba convirtiendo en una desinformación.

Los conceptos de “*fake news*” o “noticia falsa” se refieren a un formato concreto; un titular, una foto o un texto con información. Sin embargo, la desinformación también circula en otro tipo de formatos como una cadena de *WhatsApp*, un audio, *tweets* falsos o una foto porque lo que cuenta o el montaje que se ha creado es un bulo.

Además, cuando se habla de desinformación no solo nos referimos a que algo es totalmente falso sino también a aquello a lo que le falta contexto. Por ejemplo un vídeo cortado o unas declaraciones del pasado que se difunden como si fueran actuales.

Por todo ello, es importante tener presente que la desinformación puede llegar a través de diferentes formatos y canales y por lo tanto hay que saber identificar cuándo estamos ante un posible caso de bulo.

### 4.2.1. TIPOS DE BULOS

Resulta indudable que las redes sociales facilitan que la desinformación se viralice y se difunda de forma exponencial. Este tipo de contenido se crea de forma consciente por intereses **económicos**, por una motivación **ideológica** para beneficiar o perjudicar una ideología concreta o también para **generar miedo y caos** entre la población.

Muchas veces este tipo de desinformaciones no han sido creadas ni inventadas sino que simplemente cambian y omiten el contexto. Un ejemplo de esto es cuando se difunde un

vídeo que afirman que es un lugar y un momento concreto pero que luego realmente tiene un contexto distinto. Ahora bien, también existen herramientas que permiten elaborar este tipo de contenidos y hacer el montaje fotográfico desde cero y en estos casos, también es muy fácil la distribución de este tipo de contenidos falsos.

En cuanto al **lenguaje** que suele utilizarse en los bulos este suele ser sensacionalista u ofensivo para atraer la atención del mayor número de personas posibles. Además, este tipo de contenido tiene como principal objetivo **despertar las emociones** (enfadarnos o asustarnos) para que se compartan y se difundan más rápido. De este modo, lo recomendable es reflexionar y comprobar si incluye evidencias (enlaces, fuentes o datos). Relacionado con este último punto, las **fuentes** son otra de las características que nos pueden dar una pista a la hora de identificar cuándo estamos ante un posible bulo o no ya que muchas veces no existen o no son conocidas.

### **4.3. HERRAMIENTAS PARA IDENTIFICAR CONTENIDO FIABLE EN INTERNET**

En una sociedad que está permanentemente conectada a las pantallas y recibiendo información, resulta fundamental recibir formación en relación a los medios y en este sentido, los responsables públicos en materia educativa tienen la obligación de ocuparse de ella (Sánchez - Carrero & Contreras - Pulido, 2012).

Por ello, el objetivo principal de este apartado es ofrecer claves para identificar contenido fiable en Internet y que se pueda desarrollar favorablemente una ciudadanía mediática alfabetizada y con competencias para desenvolverse en entornos digitales (García - Ruiz & Contreras - Pulido, 2018).

**A continuación se van a analizar las seis claves para identificar contenido fiable en Internet:**

### **1. Conoce la página web**

Por falta de tiempo y en busca de una solución inmediata, tendemos a pinchar en el primer enlace que aparece en la búsqueda que estamos realizando. Sin embargo, una de las claves para identificar contenido fiable en Internet es preguntarse **quién es el autor del contenido o quiénes trabajan en esa web**. Para dar respuesta a esa pregunta, puedes buscar al final de la página web el apartado “Sobre nosotros” o “Quiénes somos” donde se explicará la trayectoria de los profesionales que trabajan en esa página. Además, paralelamente, también se podría buscar información sobre ellos en otras páginas para contrastar la información.

Por ejemplo, en la [Agencia SINC](#) (Servicio de Información y Noticias Científicas) esta información se encuentra en el apartado [“El equipo”](#) y “Colaboradores” en el que aparece un foto del profesional junto a una biografía.

Además, es conveniente saber **cómo se financia esa página**. Esa información suele aparecer en apartados como “Transparencia” o “Cuentas”, también en la parte inferior de la página web.

### **2. Contrasta el contenido**

Siempre es recomendable **contrastar el contenido en otros sitios fiables**, sobre todo antes de reenviarlo a otros contactos y que dudemos de que pueda ser un contenido falso o sospechoso. De hecho, existen canales como [ElPuntual24h](#) que publican contenido falsos que confunden a la ciudadanía; a pesar de que se autodefine como un canal creado “por y para las personas amantes de la actualidad mundial”.

### **3. Observa si el contenido se basa en datos y hechos**



Fíjate en el formato. Muchas veces pensamos que estamos leyendo una noticia pero realmente es una columna de opinión o una página que se hace pasar por una real pero que luego resultan ser intentos de timo y publicidad camuflada. Sobre este problema para diferenciar un contenido informativo de uno publicitario, un grupo de Stanford concluyó en su [estudio](#) que “más del 80% de los estudiantes pensaron que el contenido patrocinado era una noticia real”.

#### **4. Comprueba si incluye expertos**

El tema de los expertos también es importante tenerlo presente a la hora de identificar si un contenido es fiable o no. Por ejemplo, durante la pandemia de la COVID-19, Roberto Petrella, médico italiano, difundió [bulos](#) y desinformación sobre el coronavirus que provocó que acabara siendo expulsado del Colegio de Médicos. Por ello, es importante conocer la trayectoria de estas personas y saber si son realmente expertos en la materia o no.

#### **5. Identifica si hay conflictos de interés**

Es una realidad que nuestro cerebro nos engaña a través de las emociones. Por ejemplo, cuando buscamos información tendemos a escoger aquella que respalden nuestros argumentos e ideas; lo que se denomina como el sesgo de confirmación. En este sentido, otra de las claves para identificar un contenido fiable es investigar quién está detrás de esa página que lo publica para saber si puede haber algún tipo de interés.

#### **6. Confirma que la fecha sea actual**

Como última referencia a la hora de verificar si el contenido es fiable o no es fijarse en la fecha del contenido, ya que muchas veces no nos paramos a leer este detalle y puede ser que sea un suceso antiguo. En ese sentido, esto podría ser el principal motivo de generar desinformación.

En la siguiente infografía se explica la “Lectura lateral”. Una técnica que consiste en verificar si el contenido que estamos viendo es fiable o no. Para ello, como se muestra a



continuación hay que plantearse preguntas como: ¿quién es el autor del contenido?, ¿es experto en el tema?, ¿qué evidencias incluye?, ¿se basa en datos y hechos? o si está publicado en otras páginas.

En el curso de “InfoFormadores” que mencioné anteriormente hay una guía y una serie de ejercicios para trabajar esta técnica. Uno de los que se expone es [“Rambla libre”](#), una web que aparentemente parece un medio digital y que el profesor puede emplear en sus clases para que los estudiantes apliquen este método de la lectura lateral.

Figura 6. Infografía “Lectura lateral”

Otro ejemplo para trabajar esta técnica en clase es con la página de [“MedlinePlus”](#). Una página de salud bien posicionada en internet por lo que aparecerá en los primeros resultados de nuestra búsqueda. Por lo que, para comprobar si realmente es una página fiable o no, se podría aplicar este método contestando a las preguntas ya presentadas.

# V. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN EDUCOMUNICATIVA

---

## 5.1. PLAN DE ACTIVIDADES

Gutiérrez y Tyner (2012) exponen que la alfabetización mediática facilita que los más jóvenes desarrollen una comprensión razonada y crítica de los medios de comunicación y de los efectos que producen en la ciudadanía. Por ello, la propuesta de intervención educomunicativa que se plantea en este TFP consiste en preparar una **intervención sobre bulos y desinformación para trabajar con el alumnado de 3º y 4º de primaria del [CEIP Miguel Hernández](#) de Málaga.**

En primer lugar se ha tenido en cuenta la edad de los menores, de entre **8 y 10 años**. Una edad en la que ya los más jóvenes empiezan a tener relación y a familiarizarse con los teléfonos móviles y especialmente, con las redes sociales. Un momento clave para empezar a trabajar la alfabetización mediática en el aula y conocer la importancia de estos dispositivos para que sean conscientes de sus ventajas y peligros y que puedan hacer un uso responsable de ellos.

El motivo de este plan de actividades es poner en valor la necesidad de implementar este tipo de talleres de educación mediática en los centros educativos, así como evaluar las limitaciones de cara a realizar propuestas de mejora.

La intervención se llevará a cabo en el segundo trimestre del curso académico 2024/2025. La duración será todos los lunes del mes de marzo, comenzando **el lunes 4**, seguido el **11, 18 y por último, el lunes 25 de marzo de 2024**.

En cuanto a la duración, se propone que cada lunes se realizarán dos talleres de **50 minutos** respectivamente. En primer lugar, comenzará el taller con 3º de primaria y seguidamente se dará paso a la clase de 4º; 50 minutos con cada grupo.

Teniendo en cuenta la experiencia de las prácticas donde la duración de los talleres no supera este tiempo, se ha considerado oportuno mantenerlo, ya que sino disminuirá la concentración del alumnado y no se alcanzarán los objetivos establecidos.

Los **objetivos principales** de esta propuesta de intervención son los siguientes:

1. **Mejorar la alfabetización mediática** del alumnado y especialmente su capacidad crítica para detectar bulos y desinformación en Internet.
2. **Identificar** contenido fiable en Internet a través de la visualización de infografías, vídeos y ejemplos claros y explicativos.

En base a estos objetivos generales, se pretende conseguir que el alumnado adquiera los siguientes **objetivos específicos**:

- **Desarrollar** competencias comunicativas y digitales en el alumnado.
- **Concienciar** sobre la importancia de los medios de comunicación y de sus efectos en la ciudadanía.
- **Promover** el uso responsable y ético de las redes sociales.
- **Fomentar** la participación y actitud activa del alumnado en diferentes ámbitos de la vida.

### 5.1.1. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN: CRONOGRAMA

Según el Parlamento Europeo, las noticias falsas son un fenómeno cada vez más visible y es que “alrededor del 85% de la población europea considera que este tipo de noticias son un problema para su país y el 83% opina que son un problema para la democracia”.

Por este motivo, los contenidos que se abordan en esta propuesta de intervención tienen como eje principal la temática “**Acercando el periodismo a las aulas: Bulos y**

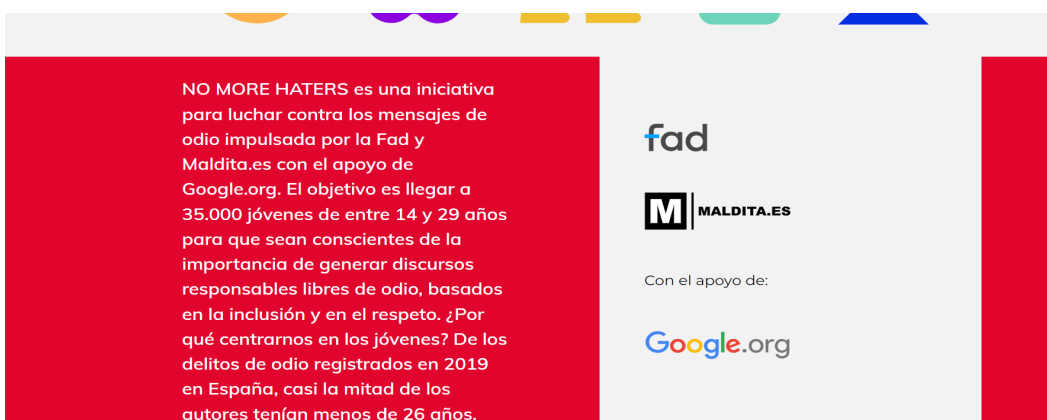
**desinformación”**. El siguiente esquema que se muestra a continuación incluye las ideas principales que se trabajan en el aula; tanto para 3º como para 4º. **En total son cuatro sesiones de 50 minutos cada una en la que el alumnado irá adquiriendo y aprendiendo nuevas herramientas para identificar bulos y saber identificar información fiable en Internet.**

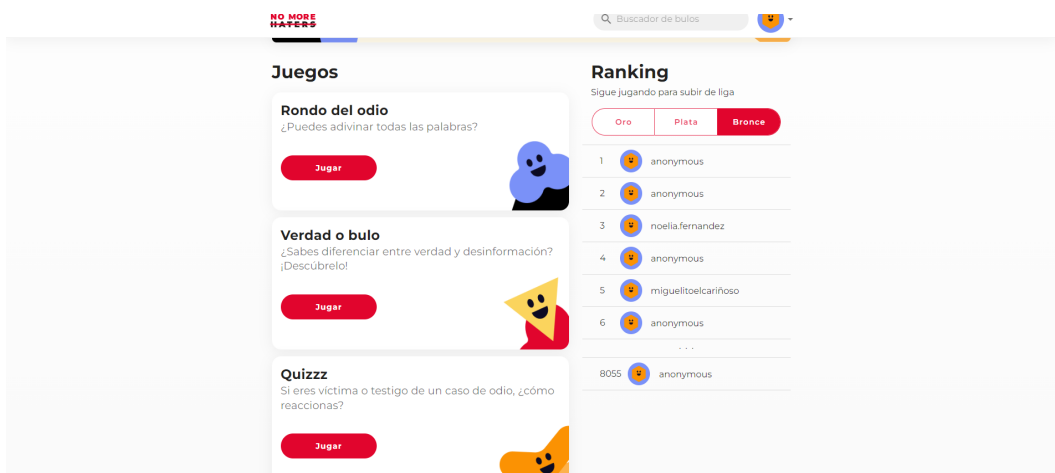
- **LUNES 4:**

Después de **presentar el proyecto de Maldita.es** y los objetivos de esta propuesta de intervención en el aula, se da paso a la primera actividad. Asimismo, también es interesante plantearles por qué consideran que es importante estar informados y en ese sentido, por qué son importantes también los medios de comunicación.

A lo largo de estas cuatro sesiones se irán haciendo diferentes cuestiones relacionadas con el periodismo y las redes sociales para saber cuáles son sus preocupaciones e intereses en esas edades.

Para llamar la atención del alumnado y conseguir conectar con ellos, comenzamos la primera sesión con el juego para combatir la desinformación, “**NoMoreHaters**”. A través de esta dinámica el alumnado aprende a identificar la desinformación y frenar los mensajes de odio que cada vez están más presentes en las redes sociales.



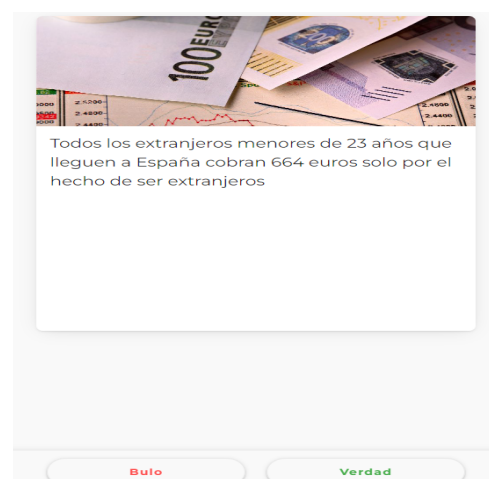


**Figura 7.** Captura de la página “No More Haters” y sus actividades

Esta página ofrece tres juegos diferentes. El primero de ellos se llama ‘**Ronda del odio**’ en el que, simulando el rosco de Pasapalabra, el estudiante deberá pensar el término al que hace referencia el enunciado. En caso de duda, en la parte superior de la derecha, el alumnado tendrá a su disposición una pista que le ayudará a resolver la pregunta. Todos estos conceptos están relacionados con el discurso del odio. A través de este juego el alumnado aprenderá y mejorará su vocabulario así como también ampliará conocimientos sobre el tema.



**Figura 8.** Ejemplo de la “Ronda del odio”

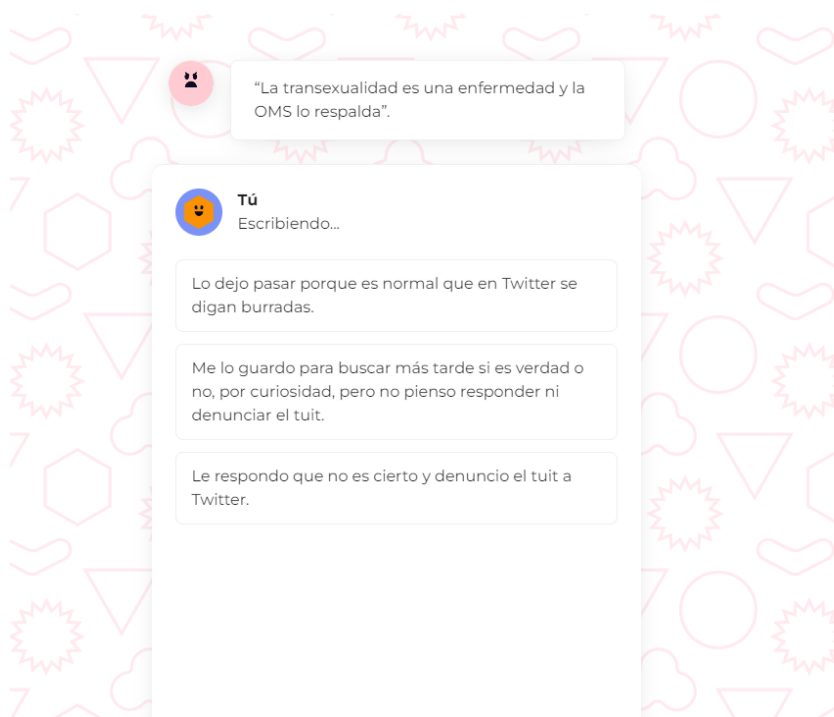


**Figura 9.** Captura del juego “Verdad o Bulo”

El segundo juego, ‘**Verdad o bulo**’ hay que identificar cuando es un contenido verdadero y cuando es un bulo. Como apunte sobre este segundo juego, añadir que

cuando el alumnado se equivoca de respuesta, automáticamente la aplicación añade la explicación de porqué esa no es la opción correcta y en ocasiones, también se incluye un enlace a la fuente de la noticia para poder leer el contenido completo.

El último juego, ‘**Quizzz**’, es una dinámica muy interesante en la que se presentan diferentes escenarios y el alumnado tendrá que responder cuál sería su respuesta o reacción en tal caso. Por ejemplo, “lees un *tuit* que se ha viralizado en el que el usuario afirma lo siguiente”, ¿cómo reaccionarías? o ¿qué tipo de discurso de odio es? Y como se muestra en la captura siguiente, estas son las posibles respuestas que se proponen:



**Figura 10.** Captura pregunta del “Quizzz”



Para continuar la primera sesión, se va a explicar la **profesión periodística**. Para ello, se le preguntará al alumnado cuestiones como las siguientes: ¿qué hacen los periodistas?, ¿dónde trabajan?, ¿qué periodistas reconocéis? o ¿qué medios conocéis? A medida que se van contestando esas preguntas, se irán aportando nuevos datos e información sobre las mismas.

Ahora bien, estas preguntas están pensadas para generar un clima de debate para compartir ideas e información y para eso es importante que cada uno de los estudiantes participe y aporte su comentario. Además, aprovechando estas preguntas podemos introducir la idea de la importancia de informarse a través de diferentes fuentes: escuchar diferentes programas de radio, ver distintos programas informativos, seguir a diferentes y variados medios de comunicación en redes...

### ● **LUNES 11**

Para comenzar la segunda sesión de intervención que se llevará a cabo en el CEIP Miguel Hernández, se propone explicar la **teoría de las 6W** a ambos cursos de primaria. Esta teoría les sirve para cualquier asignatura ya que, desde edades tempranas tienen que aprender a plantear preguntas y pensar. Ordenar el pensamiento a través de estas preguntas es fundamental para su futuro personal y profesional.

Además, también se explicarán las **fuentes de información** (qué son, tipología y función), con ejemplos de su entorno. Las fuentes de información son fundamentales e imprescindibles para que el periodista pueda elaborar su contenido de la forma más completa y exacta posible. Una fuente de información puede ser desde un documento hasta una rueda de prensa. En este contexto educativo, es interesante abordar el tema de la juventud como fuente de información y preguntarles cuestiones como: ¿por qué es importante conocer la opinión de los más jóvenes?, ¿creéis que los periodistas acuden a ellos para obtener información?, o si creen que los medios tienen en cuenta a este colectivo y qué tácticas emplean para acercarse a ellos y captar su atención.

En este punto, también se podría trabajar sobre las principales secciones que tiene un periódico (local, política, economía, deportes, cultura, entre otras) para ver cuál o cuáles incluirían en base a sus gustos y edad.

Como actividad para esta segunda sesión se plantea la realización de un **simulacro de rueda de prensa**. Esto consiste en que, a partir de una actividad que se haya llevado a cabo en el centro o en la misma clase, tendrán que escoger una de ellas y decidir una temática de la rueda de prensa para después plantear preguntas en torno a la misma. En esta actividad, es interesante que el docente de la clase esté presente para que sea el entrevistado y pueda ir respondiendo a las preguntas que le plantean los estudiantes. Además, otra persona será la responsable de dar el turno de palabra a cada estudiante para mantener un turno de preguntas y orden durante la realización de la rueda de prensa.

Como sugerencia, se le reparte a cada uno una **plantilla para hacer la noticia**. En esta plantilla se señalará dónde tienen que redactar el titular, el subtítulo, el cuerpo de texto así como también representar un pequeño dibujo sobre la noticia propuesta a comentar. De esta forma, cada estudiante tiene una guía para redactar la noticia de la forma más completa y exacta posible.

Con esta actividad se pretende que el alumnado ponga en práctica la teórica de las 6W formulando preguntas y a su vez, anotando y recopilando toda la información que van diciendo para que cada estudiante redacte su propia noticia. Al finalizar la prueba, se leerán las noticias que cada uno ha escrito.

Además, a través de esta actividad se comprobará como una misma noticia puede ser tratada desde distintas perspectivas en función de los intereses de cada uno; como

sucede en cada medio que tiene su propio libro de estilo. Y por tanto, gracias a la libertad de expresión e información, el público puede elegir de acuerdo con sus valores y criterios ideológicos.

### ● **LUNES 18**

En esta tercera sesión, se va tratar, en primer lugar, la **diferencia entre opinión e información**. Por ello, para que el alumnado pueda entenderlo mejor, se expondrán ejemplos como el siguiente: “En un problema de matemáticas, el enunciado son datos, es información. Sin embargo, cuando voy al cine y digo que la película me ha gustado o que ha sido muy corta, eso es opinión pues depende de cada uno”.

A través de ejemplos cercanos, sencillos y fácilmente reconocibles, podrán entender mejor esta diferencia que a veces resulta tan complicada discernir en los medios de comunicación.

Como se ha trabajado en sesiones anteriores, en esta propuesta de intervención se insiste en la participación de cada uno de los estudiantes del aula. Por este motivo, con el objetivo de que todo el alumnado se integre en las dinámicas y aporte su punto de vista, en esta segunda parte se realizará la dinámica del ‘folio giratorio’. En esta actividad, el docente plantea en un papel la siguiente pregunta: ¿Cómo te informas?, con la idea de conocer las respuestas de cada uno de los estudiantes de la clase.

Seguidamente, se dividirá la clase por grupos donde cada uno tendrá su folio y cada uno de ellos tendrá que ir escribiendo su aportación en el folio giratorio; después se lo pasarán a su compañero y así sucesivamente hasta que todo el mundo haya escrito su respuesta.

Con esta pregunta se pretende conocer a través de qué medios se informan los estudiantes de 3º y 4º de primaria de este centro, ya que a estas edades muchos de ellos todavía no son conscientes de la realidad que les rodea y simplemente conocen las noticias por su entorno más cercano (familiares, amigos y escuela). Después se hará una puesta en común para escuchar las aportaciones de cada grupo y de esta forma, también se fomentará el trabajo en grupo, el análisis crítico, el respeto y la escucha activa del alumnado.

Además, es interesante conocer qué contenido siguen o les llama la atención: deportes, cultura, ciencia, política, videojuegos...y qué aspectos consideran que se deberían incluir o tratar con mayor profundidad en los medios de comunicación y que actualmente no lo hacen.

### ● **LUNES 25**

En esta última clase, y en base a todo lo aprendido en las sesiones anteriores, se explicará la definición de ‘bulo’, sus principales objetivos [contenido inventado, alarmar, meter miedo, contexto específico] y se expondrán ejemplos en diferentes formatos. Además se plantearán cuestiones como:

- a. ¿Quién y por qué comparte bulos?
- b. ¿Con qué objetivo se crea este contenido?
- c. ¿Cuáles son las características de un bulo?
- d. ¿Cómo es el lenguaje de los bulos?
- e. ¿Creéis que un bulo tiene faltas de ortografía?

Con el objetivo de combatir la desinformación y a aprender a frenar esta cadena, se abordarán diferentes preguntas:

- f. ¿Habéis recibido alguna vez un bulo?, ¿dónde? o ¿de qué era?
- g. ¿Creéis que es buena idea reenviar ese contenido a vuestros contactos para que sepan que circula ese bulo o es preferible verificar antes el contenido de reenviarlo y luego hacer el desmentido?
- h. ¿Qué habría que hacer para frenar esa cadena?
- i. Posibles páginas donde se puede consultar este tipo de contenidos: “Maldita.es”, “Newtral”, “RTVE Verifica”, “EFE Verifica” o “Verificat” son algunos de los medios que luchan contra la desinformación.

Para terminar la intervención y recordar los conceptos clave, se ha diseñado una **sopa de letras** con el objetivo de recordar los elementos principales para estar bien informados. Enlace a la sopa de letras <https://es.educaplay.com/editor-de-recursos/14701995/>

## 5.2. RECURSOS HUMANOS, MATERIALES Y ECONÓMICOS

Para poder llevar a cabo correctamente esta propuesta en el aula, es preciso tener en cuenta lo siguiente:

- **Recursos humanos:** esta propuesta la podría hacer cualquier periodista y/o trabajador de Maldita.es como también cualquier otro profesional que esté capacitado para dar un taller de estas características. Por otro lado, es importante que el docente de la clase permanezca dentro del aula y controle al alumnado.

- **Recursos materiales:** se utilizará un ordenador o portátil junto a un proyector y altavoces para poder presentar el temario y realizar las actividades de una forma más lúdica y dinámica. Es conveniente que la persona encargada de realizar el taller, lleve la presentación en un pendrive de tal manera que no haya ningún problema técnico para el día de la realización de la actividad.

Por otro lado, también se llevarán las plantillas impresas para que el alumnado complete su noticia en la sesión del lunes 11 de marzo de 2024.

- **Recursos económicos:** para poder elaborar de manera efectiva esta propuesta, es importante justificar los recursos económicos solicitados y demostrar que serán utilizados para dicha propuesta.

De este modo, es importante saber aprovechar el material y los recursos disponibles en los centros educativos (proyector y altavoces), ya que puede ayudar a optimizar el presupuesto. Además, es buena idea establecer colaboraciones o solicitar el apoyo a otras instituciones que trabajen también la alfabetización mediática o que estén interesadas en esta propuesta y que estén dispuestas a ofrecer recursos para promover la educación y la comunicación. Por ejemplo, el caso de Maldita.es, teniendo en cuenta que tienen una sección específica que promueven la AMI, les interesa que su proyecto se lleve a más ciudades y se extienda por diferentes centros españoles para que cada vez haya más gente con esta formación mediática.

También se puede investigar sobre los fondos gubernamentales (subvenciones) que estén destinados a fomentar la alfabetización mediática.

### 5.3. RESULTADOS PREVISIBLES Y PROSPECTIVA DE FUTURO

Esta propuesta de intervención es bastante interesante y necesaria ya que, la desinformación y los bulos están cada día más presente en nuestro entorno. Por ello, esta sesión en educación primaria tiene el potencial de ofrecer información y herramientas para identificar contenido fiable en Internet; además de mejorar la alfabetización mediática del alumnado.

Después de la sesión, los resultados previsibles de esta propuesta de intervención en el CEIP Miguel Hernández es que el alumnado sea más crítico y responsable con la información que le rodea:

- El alumnado tendrá **mayor conocimiento y conciencia sobre el impacto de la desinformación** y cómo puede afectar a la ciudadanía. A partir de esta sesión, prestarán más atención a los posibles engaños que circulan en Internet y serán capaces de identificar bulos.
- Los estudiantes adquirirán **nuevas habilidades y desarrollarán el pensamiento crítico**. Ya desde primaria, aprenderán a analizar la información de forma más crítica e independiente. Además, tendrán las herramientas para evaluar la fiabilidad de la información antes de compartirla y serán menos susceptibles a ser engañados.

**Se trata de una propuesta coherente y viable que podría desarrollarse en cualquier contexto educativo.** Además, teniendo en cuenta los objetivos planteados para esta actividad - mejorar la alfabetización mediática aprendiendo a identificar bulos y desinformación -, a partir de esta sesión se podrían plantear otras actividades para trabajar con el alumnado de cursos superiores, como secundaria o bachillerato. En este

caso, esta propuesta de actividades esta diseñada teniendo en cuenta la edad y características propias del alumnado de este centro.

Por otro lado, sería interesante hacer este tipo de talleres en **cursos superiores** para que también sean conscientes de la desinformación y desarrollen habilidades para identificarla; ya que también están expuestos a los medios. Al ser ciudadanos bien informados y responsables, contribuirán positivamente a la difusión de información precisa y verificada y a la lucha contra la desinformación; ya que serán estudiantes capaces de detectar e identificar este tipo de contenidos y a desacreditar bulos y rumores injustificados.

**Esta formación, por tanto, permitirá que los estudiantes empiecen a familiarizarse con los medios y a comprender la importancia que tienen para la toma de decisiones fundamentadas, además de conocer y entender mejor el funcionamiento de los mismos.** Por lo tanto, la conciencia y **promoción de la alfabetización mediática** es el eje principal de estas sesiones y al mismo tiempo fomentará que los centros y docentes puedan continuar trabajando estas competencias mediáticas en la escuela, de manera que enseñen y preparen a los estudiantes a enfrentar cualquier desafío y cambio relacionado con la comunicación.

De cara a **futuras propuestas de intervención**, también sería interesante reflexionar sobre los diferentes perfiles de **influencers** así como también analizar los más populares entre los más jóvenes. En esta propuesta se podrían plantear cuestiones como: ¿conoce y sigue a *influencers*?, ¿qué tipo de contenido comparte?, ¿es fácil su vida?, ¿cuánto dinero puede llegar a ganar?, ¿con qué frecuencia publican contenido?, ¿qué características personales tiene?, ¿qué similitudes tiene con otros *influencers*?, ¿les preocupa su privacidad?, ¿interacción con sus seguidores? o si se han planteado dedicarse a ello profesionalmente. Con estas ideas previas se puede empezar a trabajar este fenómeno y luego valorar las potencialidades y riesgos que ofrecen las redes sociales.



## **VI. LIMITACIONES Y AUTOVALORACIÓN**

---

## 6.1. LIMITACIONES DE LA PROPUESTA

Es importante tener en cuenta que a la hora de realizar esta propuesta educomunicativa podemos encontrarnos algunas situaciones que dificulten o impidan la implementación de esta propuesta con éxito. A continuación se muestran algunas limitaciones:

- **Rechazo por parte del equipo docente.** La falta de información y el miedo a lo desconocido puede generar cierto rechazo por parte de los docentes. Por eso es importante informar y formar también a los profesores para que conozcan sobre el tema.
- **Falta de habilidades digitales.** Tanto los estudiantes como los docentes pueden tener dificultad con el uso de herramientas tecnológicas, por lo que también se debe tener presente el nivel de competencia digital de los integrantes y adecuar el material a cada grado.
- **Falta de recursos materiales y técnicos.** Si no están los recursos necesarios, esta propuesta también puede verse limitada en cuanto a su resultado y efectividad, por lo que desde el primer momento tienen que fijarse de forma clara y precisa los recursos adicionales que serán necesarios.
- **Diferencias culturales y lingüísticas de cada centro.** Otro aspecto relevante a la hora de organizar y preparar la propuesta educomunicativa es tener en cuenta el contexto de los estudiantes y saber adaptar el contenido para que el resultado sea efectivo.

Por todo ello, es primordial tener presente y reconocer estas limitaciones para adaptar y trabajar cada desafío que se presente. Para superar estas limitaciones es importante la

organización con antelación y la adaptación a las diferentes necesidades específicas de los centros educativos para lograr con éxito esta propuesta educomunicativa.

## 6.2. AUTOVALORACIÓN

En cuanto a la autovaloración de la propuesta educomunicativa añadir los siguientes criterios:

1. Los **objetivos** de esta propuesta son viables y alcanzables. Además, a través de esta propuesta concreta y realista, se trabajan las competencias que se trabajan en su contenido curricular por lo que estarían relacionados con las necesidades de los estudiantes.
2. El **tema** propuesto de esta intervención aborda un aspecto relevante y pertinente como es la alfabetización mediática que facilitará su desarrollo personal como ciudadano crítico y competente.
3. La **planificación** de las sesiones está previamente elaborada y diseñada para fomentar la participación del alumnado en las diferentes actividades y que a la vez puedan adquirir nuevas habilidades.
4. Las **herramientas tecnológicas y los recursos** que se utilizarán son accesibles y en todo momento se tendrá en cuenta el contexto y las necesidades de cada centro y estudiante.
5. A través de esta propuesta se promueve la **participación activa** y el trabajo en equipo.

Además de todo lo expuesto anteriormente, sería interesante repartir al final de cada sesión un **cuestionario** para el alumnado y otro para los docentes para conocer su opinión sobre el taller y así poder hacer una valoración objetiva y crítica de la propuesta y mejorar el contenido necesario para futuras sesiones; lo que permitirá conocer si realmente esta propuesta ha conseguido los objetivos previsibles propuestos.

# REFERENCIAS

---

- Agencia SINC (2008). *SINC*. <https://bit.ly/3qd149L>
  
- Bentzen, N. (2019). Cómo detectar que una noticia es falsa. Parlamento Europeo. <https://bit.ly/3ZfhcmB>
  
- Buckingham, D. (2003). *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Capítulo 3. Recuperado de PolityPress. <https://bit.ly/2ST5ord>
  
- CEIP Miguel Hernández (1997). *Nuestra historia*. <https://bit.ly/3MWSzn5>
  
- Cuervo, S.L. & Medrano, C. (2013). Alfabetizar en los medios de comunicación: más allá del desarrollo de competencias. *Teoría de la Educación*, 25, 111-131. Recuperado de <https://bit.ly/3deJVk7>
  
- Curso Online Maldita Orange Digital Center y Maldita.es lanzan un curso online gratuito para identificar la desinformación en el mundo digital. Maldita.es . (2023). *Periodismo para que no te la cuelen*. <https://bit.ly/422k4F2>
  
- EducaPlay (2023). *Educaplay: Free educational games generator*. <https://bit.ly/43iqzoe>
  
- ElPuntual24h [@Puntual24H]. (2015). Twitter. <https://bit.ly/3MVWghD>
  
- European Association for Views Interests (2020). *The Media Coach Book*. <https://bit.ly/45ty9hE>
  
- Flores Vivar, J. M. (2019). “Inteligencia artificial y periodismo: diluyendo el impacto de la desinformación y las noticias falsas a través de los bots”. *Doxa Comunicación*, 29. DOI: 10.31921/doxacom.n29a10.

- García-Ruiz, R., & Contreras-Pulido, P. (2018). La escuela prosumidora: del recurso didáctico al contenido curricular. In R. García-Ruiz, A. Pérez-Rodríguez y A. Torres (Eds.), *Educación para los nuevos medios. Claves para el desarrollo de la competencia mediática en el entorno digital* (pp. 27-42). Universidad Politécnica Salesiana. <https://bit.ly/3b0JOHi>
- González, M. A. (2019). Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* 45, 29-52. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i45.03>
- Gutiérrez, A. & Tyner, K. (2012). Educación para los medios, alfabetización mediática y competencia digital. *Comunicar* 38, 31-39. <http://doi.org/10.3916/C38-2012-02-03>.
- Incibe (2014). Conoce Incibe. <https://bit.ly/3lj1EZA>
- International Fact - Checking Network. (2023). *Poynter*. <https://bit.ly/43iqPUe>
- La Rambla Libre (2022). *¡Ingresan a un niño, de 10 años, tras el pinchazo, con infarto de miocardio en la UCI del Hospital murciano Virgen de la Arrixaca!*. <https://bit.ly/3qagUSp>
- Maldita.es (2023). *Periodismo para que no te la cuelen*. <https://bit.ly/3OFLg9v>
- MedlinePlus (2023). <https://bit.ly/42dvNAt>
- No More Haters (2018). <https://bit.ly/43irqFs>
- Pérez-Rodríguez, A. & Delgado, A. (2012). De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática: dimensiones e indicadores. *Comunicar* 29, 25-34. Recuperado de <https://doi.org/10.3916/C39-2012-02-02>.

- Pérez-Tornero, J.M. (2008). La sociedad multipantallas: retos para la alfabetización mediática. *Comunicar* 31, 15-25. Recuperado de *Revista Comunicar*
- Posetti, J. y Bontcheva, K. (2020). *Desinfodemia. Descifrando la información sobre el Covid-19*. Unesco.
- Sánchez-Carrero, J. & Contreras-Pulido, P. (2012). De cara al prosumidor: producción y consumo empoderando a la ciudadanía 3.0. *Revista ICONO14 Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 10(3), 62-84. <https://doi.org/10.7195/ri14.v10i3.210>
- Toffler, A. (1980). *The third wave*. Bantam Books
- Wilson, C. (2012). Alfabetización mediática e informacional: proyecciones didácticas. *Comunicar* 39, 17-23. Recuperado de <https://doi.org/10.3916/C39-2012-02-01>
- Wineburg, Sam and McGrew, Sarah and Breakstone, Joel and Ortega, Teresa. (2016). *Evaluating Information: The Cornerstone of Civic Online Reasoning*. *Stanford Digital Repository*. <https://bit.ly/434cX00>

## OTROS RECURSOS

- Real Decreto 157/2022, de 1 de marzo, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas mínimas de la Educación Primaria. Boletín Oficial del Estado, n.52, de 02 de marzo de 2022. <https://bit.ly/3IGufbs>
- Real Decreto 217/2022, de 29 de marzo, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas mínimas de la Educación Secundaria Obligatoria. Boletín Oficial del Estado, n. 76, de 30 de marzo de 2022. <https://bit.ly/3MF2Bg6>

# ANEXOS

---



## DIARIO PRÁCTICAS MÁLDITA.ES

**Lunes 17 de abril de 2023**

Hoy he comenzado mis prácticas en Maldita.es. Unas prácticas que empiezan el **lunes 17 de abril** y **finalizan el próximo viernes 5 de mayo de 2023**. En las páginas siguientes, iré escribiendo y anotando en forma de diario lo que voy trabajando a lo largo de estas semanas.

Para empezar la mañana, tuvimos una reunión grupal donde me presentaron al resto del equipo de Maldita Educa y me explicaron los proyectos que están llevando a cabo. Teniendo en cuenta que era mi primer día, Laura del Río, coordinadora de las prácticas y de Maldita Educa, me explicó brevemente cada uno de ellos.

En primer lugar, están llevando a cabo el [BuloBus](#); un microbús que está recorriendo diferentes municipios del territorio español para ayudar a la ciudadanía a luchar contra



la desinformación y especialmente a reconocer bulos y timos que reciben a través del teléfono móvil. En cada uno de estos municipios, periodistas de Maldita.es

**Figura 1.** Modelo de BuloBús

sensibilizan e informan a la población de los riesgos que hay en Internet y cómo actuar en caso de recibir un timo o un fraude online.

Según la página web de este proyecto, en cada una de estos municipios, se llevarán a cabo las siguientes actividades: un **stand informativo** en el autobús donde viajan los periodistas de Maldita.es; un **punto de ayuda** que estará disponible entre las 10 y las 14h y estará ubicado en el centro del municipio, además se ofrecerán materiales didácticos; un **taller para jóvenes** de entre 14 y 18 años sobre desinformación y ciberseguridad en los institutos de esos municipios y la **representación de una obra de teatro** y un **juego** sobre alfabetización mediática entre las 17 y las 18h.



**Figura 2.** Punto de ayuda y representación de la obra de teatro

Además, la Fundación Maldita.es también compartirá consejos y ofrecerá herramientas tecnológicas para saber protegerse de la desinformación. Por ejemplo, el chatbot de [WhtasApp de Maldita](#). (+34 644 229 319) con el que cualquier persona puede preguntar y verificar automáticamente los bulos y recibir un resumen de desmentidos diarios.

Por otro lado, durante esta mañana también me dieron acceso a los documentos de Google Drive para que pudiera empezar a trabajar con ellos. Además, me explicaron mi primera tarea que consistía en redactar un documento donde se recogieran todas las

competencias del alumnado de primaria y secundaria; así como también del profesorado.

Seguidamente me puse a trabajar en ello y consulté el [Real Decreto 157/2022, de 1 de marzo](#), por el que se establecen la ordenación y las enseñanzas mínimas de la Educación Primaria y de esta forma podría empezar a redactar las competencias del alumnado de primaria.

### **Martes 18 de abril de 2023**

Para comenzar este segundo día, Laura del Río, coordinadora de Maldita Educa me activó el correo de Maldita ([hmurillo@maldita.es](mailto:hmurillo@maldita.es)) para poder ver y compartir el contenido de Maldita. De esta forma, podría compartir con el resto del equipo lo que iba haciendo sobre las competencias del alumnado de primaria.

A lo largo de esta mañana estuve trabajando con el documento del BOE. El objetivo era identificar aquellas competencias que se trabajasen en los colegios y a su vez en Maldita.es, para luego plantear nuevas actividades que incluyesen esas competencias para trabajar en los talleres que ellos realizan en los colegios e institutos.

La idea es que de cada asignatura señale cuáles tienen relación con el trabajo que hacen en Maldita.es para así luego poder diseñar actividades que se puedan trabajar en esas asignaturas.

A continuación, muestro algunas capturas de pantalla del documento final que envié de las competencias del alumnado de primaria. Como se observa, subrayé en diferentes colores según su significado; previamente había indicado lo que representaba cada color.

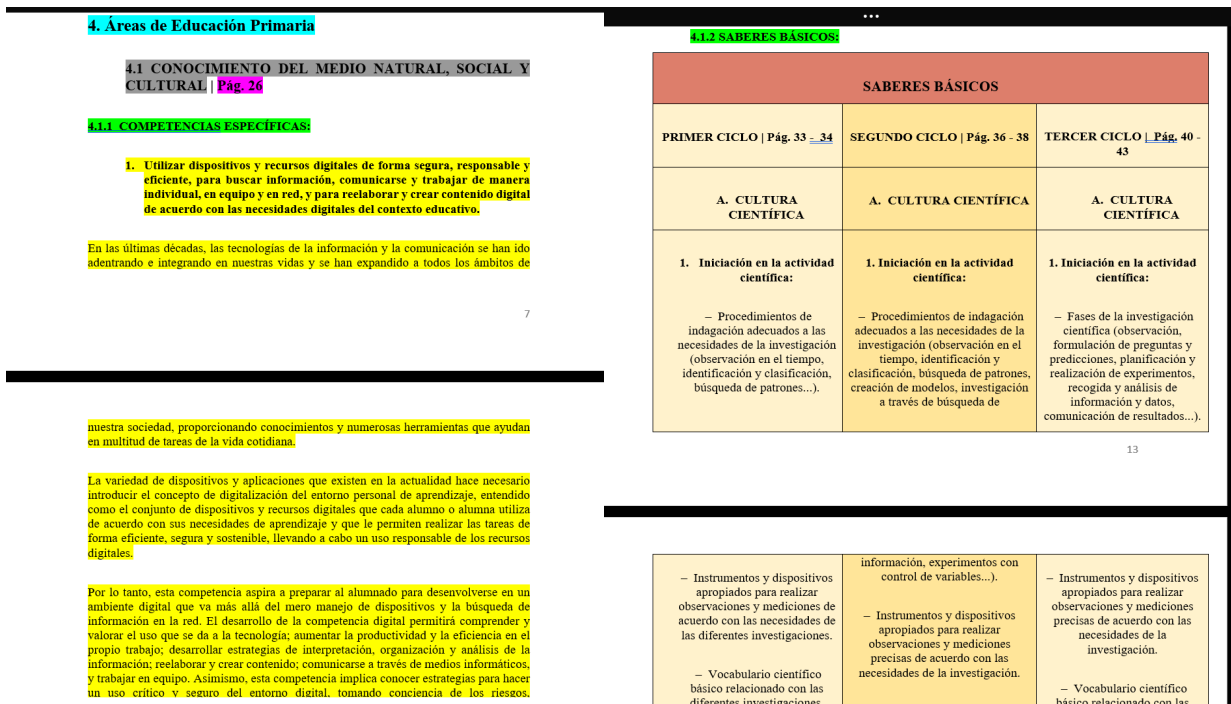
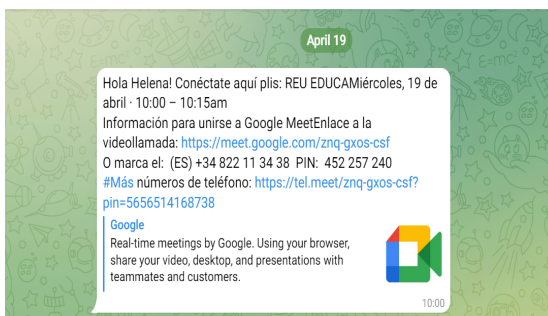


Figura 3. Captura de pantalla del documento sobre las competencias del alumnado de primaria

Tanto para el apartado de ‘Saberes básicos’ como el de ‘Criterios de evaluación’ diseñé una tabla para diferenciar claramente cada uno de los ciclos; así como también sus respectivas páginas.

**Miércoles 19 de abril de 2023**

El tercer día ha comenzado con una reunión del equipo de Maldita Educa. Según me comentaron mis compañeros de sección, este tipo de reuniones se programan para



hacerlas semanales y así saber y recordar el trabajo que está realizando cada uno de ellos.

Durante la primera parte de esta mañana continúe elaborando el documento de las

**Figura 4.** Enlace a la reunión con Maldita Educa

competencias del alumnado de primaria. En total eran seis asignaturas (Conocimiento del medio natural, social y cultural, Educación artística, Educación física, Educación en valores cívicos y éticos, Lengua Castellana y literatura y Matemáticas) y de cada una de ellas tenía que incluir las competencias específicas, los saberes básicos y los criterios de evaluación.

**4.3 CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

CRITERIOS DE EVALUACIÓN		
PRIMER CICLO	SEGUNDO CICLO	TERCER CICLO
Pág. 31 - 33	Pág. 35 - 36	Pág. 38 - 40
<p><b>Competencia específica 1:</b></p> <p>1.1 Utilizar dispositivos y recursos digitales de forma segura y de acuerdo con las necesidades del contexto educativo.</p>	<p><b>Competencia específica 1:</b></p> <p>1.1 Utilizar dispositivos y recursos digitales, de acuerdo con las necesidades del contexto educativo de forma segura, buscando información, comunicándose y trabajando de forma individual y en equipo, reelaborando y creando contenidos digitales sencillos.</p>	<p><b>Competencia específica 1:</b></p> <p>1.1 Utilizar recursos digitales de acuerdo con las necesidades del contexto educativo de forma segura y eficiente, buscando información, comunicándose y trabajando de forma individual, en equipo y en red, reelaborando y creando contenidos digitales sencillos.</p>
<p><b>Competencia específica 2:</b></p> <p>2.1 Mostrar curiosidad por objetos, hechos y fenómenos cercanos, formulando preguntas y realizando predicciones.</p> <p>2.2 Buscar información sencilla de diferentes fuentes seguras y fiables de forma guiada, utilizándola en</p>	<p><b>Competencia específica 2:</b></p> <p>2.1 Formular preguntas y realizar predicciones razonadas, demostrando curiosidad por el medio natural, social y cultural cercano.</p> <p>2.2 Buscar y seleccionar información de diferentes</p>	<p><b>Competencia específica 2:</b></p> <p>2.1 Formular preguntas y realizar predicciones razonadas sobre el medio natural, social o cultural mostrando y manteniendo la curiosidad.</p> <p>2.2 Buscar, seleccionar y</p>

**2. Áreas**

Artículo 8. Las áreas de la Educación Primaria que se imparten en todos los cursos son las siguientes:

**a) Conocimiento del Medio Natural, Social y Cultural, que se podrá desdoblarse en Ciencias de la Naturaleza y Ciencias Sociales.**

**b) Educación Artística, que se podrá desdoblarse en Educación Plástica y Visual, por una parte, y Música y Danza, por otra.**

**c) Educación Física.**

**d) Lengua Castellana y Literatura y, si la hubiere, Lengua Cooficial y Literatura.**

**e) Lengua Extranjera.**

**f) Matemáticas.**

2. A las áreas incluidas en el apartado anterior se añadirá en alguno de los cursos del tercer ciclo la **Educación en Valores Cívicos y Éticos.**

3. Las administraciones educativas podrán añadir una segunda lengua extranjera, otra lengua cooficial y/o un área de carácter transversal.

4. Con objeto de reforzar la inclusión, las administraciones educativas podrán incorporar a su oferta educativa las lenguas de signos españolas.

5. En aquellas comunidades autónomas que posean una lengua propia con carácter oficial, podrán establecerse excepciones de cursar o de ser evaluados del área correspondiente en las condiciones previstas en la normativa autonómica. Dicha área recibirá el tratamiento que las comunidades autónomas afectadas determinen, garantizando, en todo caso, el objetivo de competencia lingüística suficiente en ambas lenguas oficiales.

6. Los centros podrán establecer agrupaciones de áreas en ámbitos en el marco de lo establecido a este respecto por sus respectivas administraciones educativas.

7. La organización en áreas se entenderá sin perjuicio del carácter global de la etapa, dada la necesidad de integrar las distintas experiencias y aprendizajes del alumnado en estas edades.

---

**3. Competencias clave y perfil de salida del alumnado al término de la enseñanza básica**

En el anexo I se definen cada una de las competencias clave y el Perfil de salida (ANEXO 1: Perfil de salida del alumnado al término de la enseñanza básica) - [Página 17-20](#)

1. A efectos de este real decreto, las competencias clave del currículo son las siguientes:

**a) Competencia en comunicación lingüística (CCL):** La competencia en comunicación lingüística supone interactuar de forma oral, escrita, signada o multimodal de manera

**Figura 5.** Criterios de evaluación de la enseñanza básica

Esta mañana del miércoles estuve ocupada trabajando con el documento de las competencias para avanzar lo máximo posible ya que luego tenía que hacer las de secundaria.

## Jueves 20 de abril de 2023

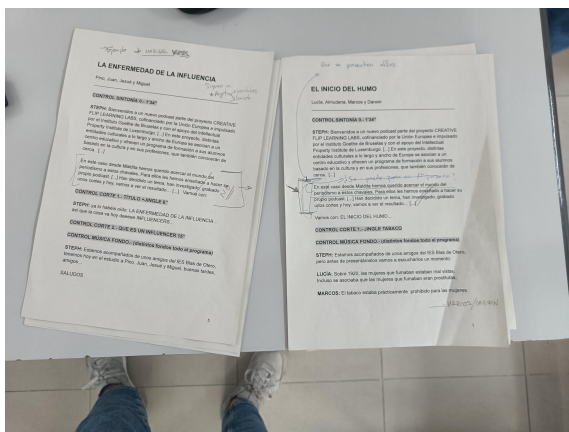
La mañana del jueves 20 de abril empezó en la redacción para seguir trabajando las competencias de primaria.

A media mañana, mi compañera Carmen Mesa y yo fuimos al instituto “Blas de Otero” de Aluche a dar el último taller de podcast a una clase de 4º de ESO. Tras varios meses trabajando en este instituto, ese jueves era ya la última sesión antes de la presentación final en su centro. Por ese motivo, Laura del Río, me pidió que acompañara a Carmen Mesa al instituto y diera yo también la clase.

Nada más llegar al centro, nos reunimos con las dos profesoras encargadas de la actividad y nos llevaron a la clase donde el resto de los estudiantes nos estaban esperando. Allí, nos dejaron los guiones para que pudiéramos seguir correctamente el podcast.



Figura 6. En la clase de 4º del centro



Nada más llegar, escuchamos el podcast final que habían hecho los estudiantes de esa clase. Como se dividieron por grupos, al final elaboraron dos diferentes. El primero trataba sobre los efectos del humo y el segundo sobre los influencers.

Figura 7. Guion del podcast

La experiencia trabajando en este instituto sobre la creación de un podcast educativo fue muy positiva y creo que es muy interesante y enriquecedor incluir los medios de comunicación en el currículo; y especialmente el podcast ya que cada vez más jóvenes se están animando a seguir y escuchar este tipo de contenidos.

Hablando con los estudiantes, me comentaban que les había gustado la experiencia de participar en este proyecto e incluso confesaban que a raíz de esta experiencia estaban empezando a escuchar otros programas de podcast de carácter más informativo.

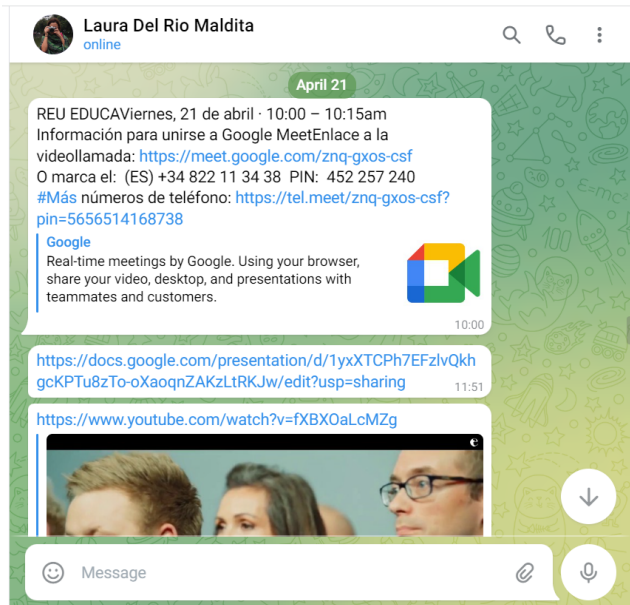


**Figura 8.** Aula y pasillo del instituto “Blas de Otero”

### **Viernes 21 de abril de 2023**

Esta mañana he vuelto a la redacción a trabajar. Nada más llegar, tuvimos una pequeña reunión presencial para hablar sobre la sesión del día anterior en el instituto de Aluche.

Carmen Mesa y yo compartimos con el resto del equipo los comentarios que habíamos hecho nosotras sobre la sesión así como también lo que nos dijeron las maestras.



**Figura 9.** Captura de reunión Maldita Educa



**Figura 10.** Redacción de Maldita.es

Al mediodía, tuvimos otra reunión donde les expliqué al resto de mis compañeros de la sección de Maldita Educa mi trabajo en [Prensa mi mochila](#).

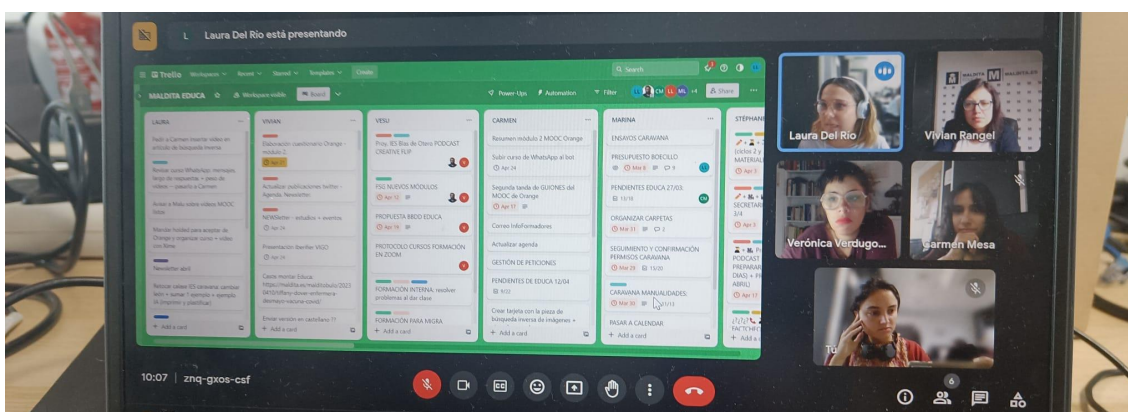
Durante este año he estado trabajando en este proyecto de la Asociación de la Prensa de Málaga. Una iniciativa educativa que tiene como principal objetivo acercar el periodismo a las aulas de primaria y secundaria de la provincia de Málaga. Al tener una estrecha relación con el trabajo que hacen en Maldita.es, estaban interesados en conocer en qué consistía el taller y el temario que incluía. Esta sesión me sirvió para conocer su punto de vista sobre las sesiones, así como también para tener en cuenta otros aspectos a mejorar en futuros talleres. Ambos proyectos, tanto Maldita.es como Prensa mi mochila, trabajan la alfabetización mediática y en ese sentido, creo que es muy enriquecedor que conozcan y se complementen con los documentos y herramientas que ofrecen cada uno de ellos.



**Lunes 24 de abril de 2023**

Para empezar la segunda semana de prácticas, lo primero que hicimos fue reunirnos para actualizar lo que estaba haciendo cada uno del equipo.

Esa mañana, se lanzaba el curso online gratuito de [Orange Digital Center y Maldita.es](#) para identificar la desinformación en el mundo digital. Como se comentó anteriormente, se trata de un curso compuesto por cuatro módulos para aprender a distinguir mejor los contenidos de Internet.



**Figura 11.** Reunión de Educa en la redacción

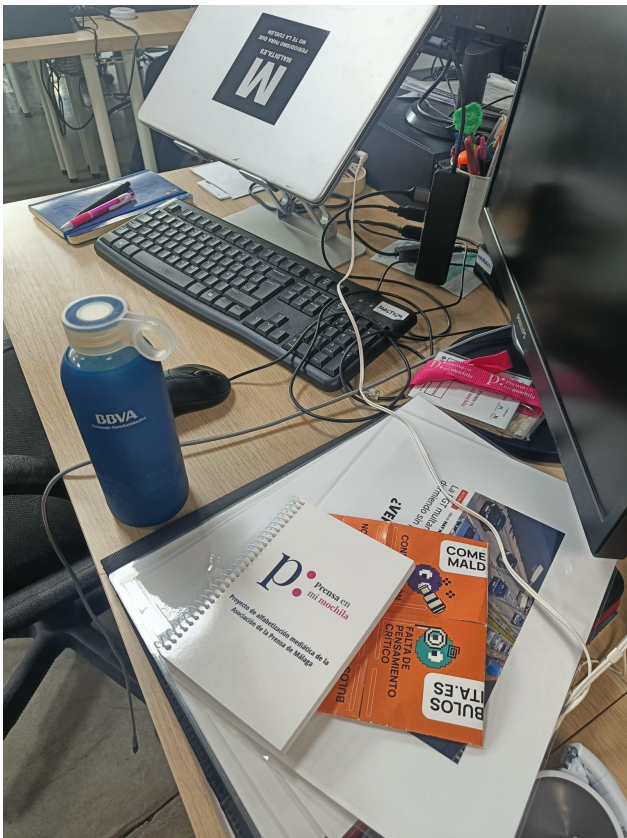
Acto seguido de terminar la reunión, estuvimos haciendo el primer módulo para comprobar que no había ningún error y funcionaba todo correctamente.

Antes de continuar con los últimos avances del documento de las competencias del alumnado de primaria, Laura del Río y yo estuvimos compartiendo recursos didácticos y útiles para docentes, como la caja de herramientas de verificación de Maldita, los juegos online o el Curso online InfoFormadores, entre otros.

Este último curso, “InfoFormadores”, se trata de otro curso sobre la desinformación y la importancia de desarrollar el pensamiento crítico y técnicas de verificación. En cada uno de los diferentes módulos, se explicará el contenido de ese tema y los materiales disponibles en diferentes formatos (textos, videos o infografías). Además, es imprescindible realizar todas las evaluaciones para poder obtener un certificado final del curso. Ahora bien, para poder acceder y realizar el curso es imprescindible crearse una cuenta a través del enlace [cursos.maldita.es](#).

### Martes 25 de abril de 2023

A primera hora del martes, compartí el documento de las competencias de primaria para que mis compañeros pudieran ir haciendo las correcciones oportunas. Después de hacerme los comentarios sobre el trabajo realizado, me confirmaron que estaba muy completo y que siguiera la misma estructura para las competencias de secundaria.



**Figura 12.** Durante las prácticas en la redacción

No obstante, antes de continuar con el otro documento, me reuní con otra compañera de Maldita Educa, Vivian, quien tenía otro encargo para mí. Esta tarea consistía en diseñar una sesión de 1 hora sobre desinformación y bulos para 3º y 4º de primaria y otra para 5º y 6º. Este ejercicio tenía como finalidad relacionar y llevar a la práctica todo lo relacionado con las competencias digitales del alumnado de primaria.

Hola Helena,  
te dejo por aquí algunos comentarios:

- Creo que puedes añadir, si tienes tiempo, sugerencia de materiales: qué llevamos, infografías, periódicos, fotos.
- Creo que la clase tiene que empezar con algo molón, un juego de verdad o bulo, o la sopa de letras. Creo que empezar jugando ayuda a captar su atención y a conectar con ellos.

- 
- Si los tienes fichados, indícanos, porfa, nombres de influencers para estas edades.
  - Lo de opinión X datos yo haría estilo juego pregunta y respuesta kahoot. Tendríamos que pensar en ejemplos sencillos.
  - El ejemplo de la entrevista + escribir mini artículo me gusta mucho, tengo dudas si en 50 minutos conseguimos hacer todo.

### **Figura 13.** Comentario de Vivian sobre la propuesta educativa

Algunos de las temas que nos gustaría abordar en un taller para 5º y 6º de primaria son los siguientes:

- Búsqueda avanzada en Google
- Aprender a buscar contenido fiable
- Lectura inteligente
- Ejemplos de la Agencia SINC
- En qué fijarnos para que no sea un bulo (desinformación y bulos)

### **Miércoles 26 de abril de 2023**

El miércoles por la mañana me reuní con otra compañera de la sección, Vivian, para comentarle cómo estaba organizando esta sesión y hacerle algunas preguntas sobre el documento de las competencias del alumnado de secundaria.

Una vez finalizada la reunión y teniendo en cuenta lo que habíamos hablado, me puse a diseñar una dinámica para trabajar con el alumnado de primaria en esos talleres. Para ello, utilicé la aplicación de Educaplay.

Nada más terminar la dinámica, continúe con las competencias del alumnado de secundaria. Como se muestra en la captura de pantalla, de nuevo elaboré un documento con una extensión de 206 páginas donde fui apuntando las competencias, criterios y saberes básicos de cada asignatura.

A diferencia de primaria, las asignaturas de secundaria eran las 20 siguientes: Biología y geología, Digitalización, Economía y emprendimiento, Educación física, Educación Plástica, visual y audiovisual, Educación en valores cívicos y éticos, Expresión artística, Física y química, Formación y orientación personal y profesional, Geografía e historia, Latin, Lengua castellana y literatura, Lengua extranjera, Matemáticas, Música, Segunda lengua extranjera, Tecnología, Tecnología y digitalización, Ciencias aplicadas y Comunicación y ciencias sociales.

COMPETENCIAS ALUMNADO SECUNDARIA	
<b>ÍNDICE</b>	
<b>ARTICULOS</b>	<b>3</b>
Artículo 8. Organización de los tres primeros cursos	3
Artículo 9. Organización del cuarto curso	4
Artículo 10. Educación en Valores Cívicos y Éticos	6
Artículo 11. Competencias clave y Perfil de salida del alumnado al término de la enseñanza básica	6
<b>1. BIOLOGÍA Y GEOLOGÍA</b>	<b>7</b>
1.1 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS   Pág. 33 - 37	8
1.2 CRITERIOS DE EVALUACIÓN:	11
1.3 SABERES BÁSICOS:	14
<b>2. DIGITALIZACIÓN</b>	<b>18</b>
2.1 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS   Pág. 44 - 45	19
2.2 CRITERIOS DE EVALUACIÓN:	21
2.3 SABERES BÁSICOS:	23
<b>3. ECONOMÍA Y EMPRENDIMIENTO</b>	<b>24</b>
3.1 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS   Pág. 48 - 51	25
3.2 CRITERIOS DE EVALUACIÓN:	30
3.3 SABERES BÁSICOS:	32
<b>4. EDUCACIÓN FÍSICA</b>	<b>33</b>
4.1 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS   Pág. 55 - 58	34
4.2 CRITERIOS DE EVALUACIÓN:	38
4.3 SABERES BÁSICOS:	41
<b>5. EDUCACIÓN PLÁSTICA, VISUAL Y AUDIOVISUAL</b>	<b>45</b>
5.1 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS   Pág. 65 - 68	45
5.2 CRITERIOS DE EVALUACIÓN:	50
5.3 SABERES BÁSICOS:	52
<b>6. EDUCACIÓN EN VALORES CÍVICOS Y ÉTICOS</b>	<b>53</b>
6.1 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS   Pág. 72 - 73	54

Figura 14. Captura de pantalla del documento de las competencias del alumnado de secundaria

Para este documento utilicé el [Real Decreto 217/2022, de 29 de marzo](#), por el que se establece la ordenación y las enseñanzas mínimas de la Educación Secundaria Obligatoria.

## Jueves 27 de abril de 2023

Nada más comenzar las prácticas, retomé el documento de las competencias del alumnado de secundaria. De las diferentes asignaturas que se trabajan en esta etapa, destacar la materia optativa “**Digitalización**”, ya que, como se indica en el BOE, se trata de una asignatura imprescindible que ayuda al alumnado a utilizar los medios tecnológicos de manera responsable, segura y crítica. Esta materia incluye temas como las características propias de la cultura digital, los desafíos tecnológicos del siglo XXI, el compromiso en nuestra sociedad o la importancia de saber gestionar la identidad digital para poder ejercer una ciudadanía digital segura y crítica.

Algunas de las competencias específicas que se trabajan en la materia de “Digitalización” son los siguientes: hacer un uso ético de los datos digitales protegiendo la identidad en los espacios virtuales, valorar la importancia de la libertad de expresión en estos medios digitales, compartir y publicar información de manera crítica y respetuosa o resolver problemas básicos y sencillos reformulando el método en caso necesario.

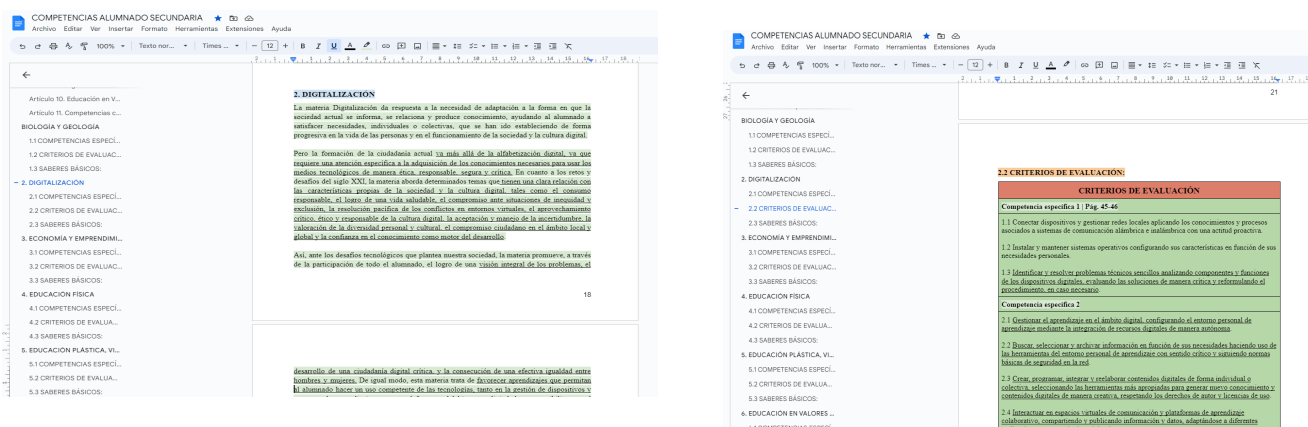
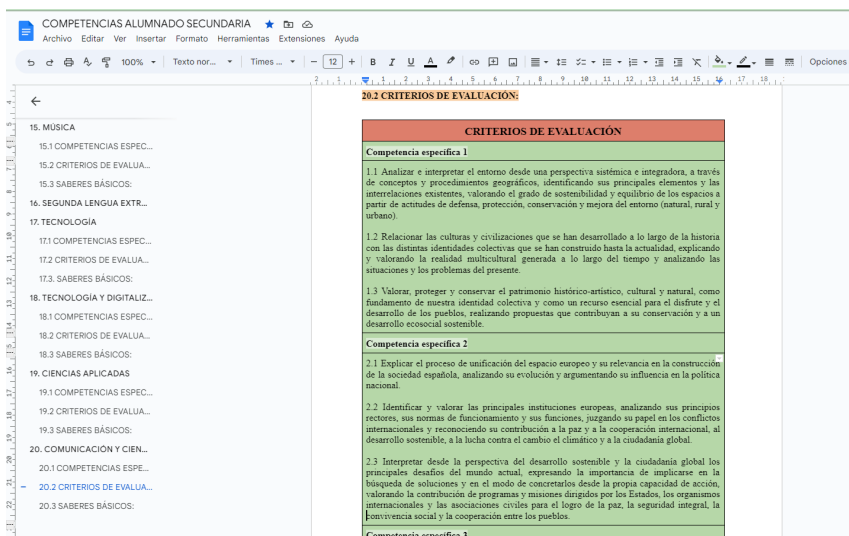
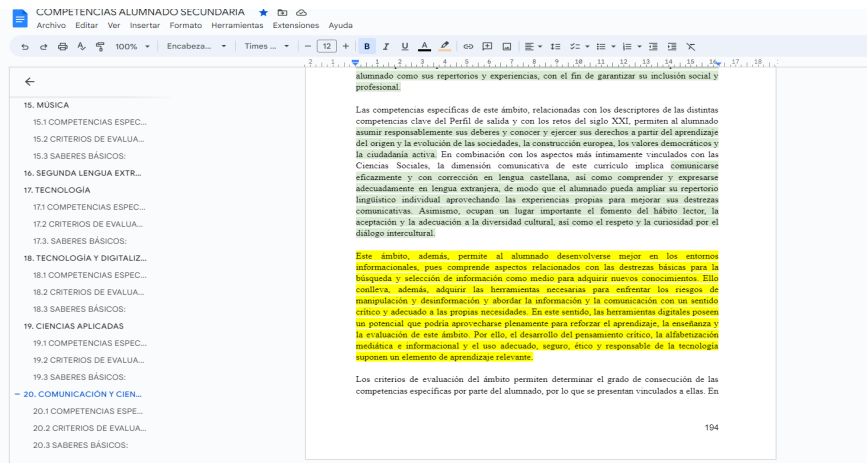


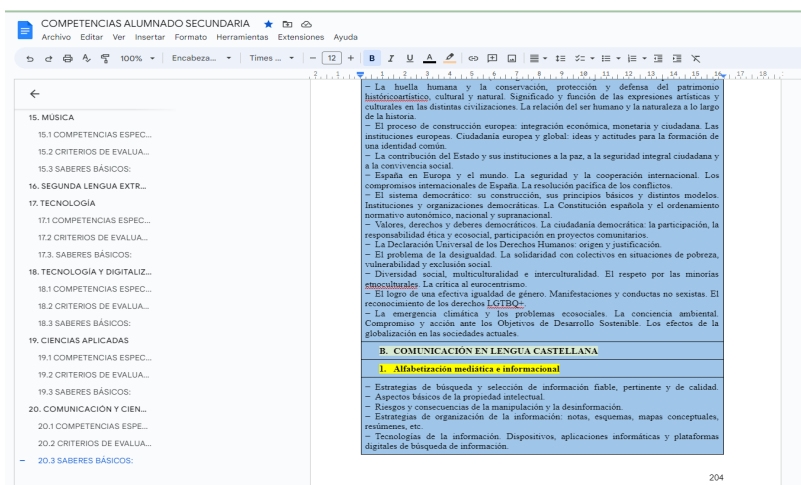
Figura 15. Criterios de evaluación de “Digitalización”

## Viernes 28 de abril de 2023

Continuando con la tarea del día anterior, el viernes seguí redactando las competencias del alumnado de secundaria.

Como se muestra en la siguiente captura, en la asignatura de “Comunicación y ciencias sociales” se hace referencia a la alfabetización mediática ya que gracias a esta materia el alumnado aprenderá a comprender mejor y de manera más crítica el potencial de las tecnologías.





**Figura 16.** Criterios de evaluación de “Comunicación y ciencias sociales”

Esta mañana me centré en terminar y perfeccionar el documento de los talleres de primaria, ya que la próxima semana era festivo en Madrid y por tanto sólo me quedarían tres días de prácticas.

### Lunes 1 de mayo de 2023

El lunes 1 de mayo no tuve prácticas porque era festivo nacional ya que se celebraba el **Día del Trabajador** y por tanto la redacción permaneció cerrada.

### Martes 2 de mayo de 2023

El martes 2 de mayo también fue festivo porque se celebra el día de la **Comunidad de Madrid** y por tanto ese día no tuve prácticas. No obstante, como tenía trabajo pendiente y necesitaba avanzar, seguí trabajando desde casa para así al día siguiente mostrar el trabajo finalizado al resto del equipo.

**Figura 17.** Libreta de Maldita.es



## Miércoles 3 de mayo de 2023

El miércoles por la mañana lo dediqué a terminar el documento de las competencias del alumnado de secundaria. A media mañana me reuní con Vivian para enseñarle el trabajo que había hecho y que me diera su *feedback* antes de descargar el documento final y que pudiera hacer las modificaciones necesarias.

La semana del 2 al 7 de mayo, con motivo del Día Mundial de la Libertad de Prensa, se celebraba en Málaga la Semana de la Prensa y me pareció interesante compartir el cartel con los compañeros de Maldita Educa para que conocieran cómo se trabaja la alfabetización mediática en otros proyectos y las actividades que se organizan en algunos centros educativos.



Figura 18. Cartel de la “Semana de la Prensa” de Málaga



**Jueves 4 de mayo de 2023**

El jueves por la mañana tuvimos otra reunión de Maldita Educa donde les mostré los resultados de los documentos que había elaborado sobre las competencias del alumnado; tanto el de primaria como el de secundaria.

Después, estuvimos viendo algunos ejemplos de lectura lateral y vídeos para poder incluirlo en los talleres de primaria. Una de las tareas que tuve que hacer fue pensar varios ejemplos sencillos y claros sobre ejercicios prácticos de lectura lateral para que se pudieran hacer en clase con ordenador.

Esa mañana también me dieron acceso a varias carpetas para que incluyera los documentos de las competencias y las propuestas de clases; de esa forma, el trabajo que yo había realizado durante esas semanas estaría disponible y accesible para todo el equipo de la redacción.

**Viernes 5 de mayo de 2023**

Hoy era mi último día de prácticas y antes de despedirme del equipo quería asegurarme de que entregaba todas las tareas que me habían encargado en tiempo y forma.

Realizar las prácticas en Mál dita.es ha sido todo una experiencia profesional muy positiva y enriquecedora, aunque si bien es cierto, ha sido bastante breve y me hubiera gustado estar más tiempo para poder poner en práctica la propuesta de intervención que diseñé.

Durante estas tres semanas de prácticas en Maldita.es pude poner en práctica lo aprendido durante el máster, lo que me permitió fortalecer mis conocimientos y adquirir nuevas competencias necesarias para mi futuro profesional.

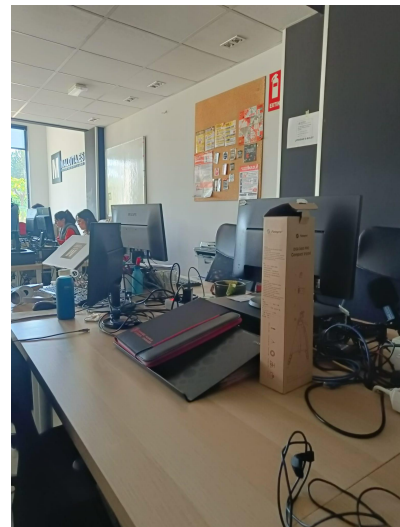
Además, el hecho de trabajar en una empresa como Maldita.es ha sido una experiencia enriquecedora y fundamental para mi trayectoria profesional, ya que he tenido la oportunidad de conocer cómo se trabaja la alfabetización mediática en un medio de comunicación.

Por otro lado, estas prácticas me han permitido **ampliar mi red de contactos profesionales** por lo que puede resultar de gran utilidad en mi futuro profesional. A lo largo de estas semanas, he compartido experiencias y conocimientos, he ampliado mi visión sobre la educación en medios, he atendido los consejos y recomendaciones que me iban aportando mis compañeros y sobre todo, durante este tiempo he aprendido la importancia de **asumir responsabilidades como cumplir con los plazos y los proyectos asignados**.

En definitiva, Maldita.es y especialmente el equipo de Maldita Educa han permitido que **aplique todos mis conocimientos sobre alfabetización mediática en un entorno real, establecer conexiones profesionales con periodistas que trabajan sobre esta materia y desarrollar nuevas habilidades para ser capaz de afrontar cualquier reto laboral**. Por ello, gracias a esta experiencia, considero estar más preparada y tener más herramientas e información para poder contribuir de manera significativa en el mundo de la alfabetización mediática.



**Figura 19.** Sala de la oficina



**Figura 20.** Redacción de Maldita.es



Universidad  
de Huelva

**un**  
**i** Universidad  
Internacional  
de Andalucía  
**A**