Cofinanciado por
la Unión Europea

Manual de Actividades para Educadores

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.
Código del proyecto: CREA-CROSS-2024-MEDIALITERACY-101186931

YuzuPulse LogoPsyCom RINOVA innovar, crear & regenerar PENS ALMA MATER STUDIORUM UNIVERSITÀ DI BOLOGNA ΦΠΚΟ FECE

Tabla de contenidos

Introducción 3

Actividades 6

0. Aprende sobre alfabetización mediática y sube peldaños en la escalera de la influencia 6

1. Sesgos cognitivos: tu cerebro te miente (a veces) 11

2. Relaciones parasociales: crea tu pasaporte digital seguro 17

3. Fake news: real vs falso 21

4. Mapa de ruta digital: navegando por el ruido 24

5. Burbujas de filtro: rompe la burbuja 29

6. Detectar deepfakes 33

7. Impactos de la IA: reescribir las noticias 36

8. Algoritmos: ¿quién es visto? 40

9. «We become what behold»: el poder de las redes sociales 44

10. Más allá del píxel: la identidad de género en los videojuegos 48

Anexos 52

Referencias 56

Introducción

Este manual de actividades ofrece un enfoque completo para integrar la alfabetización mediática en la educación de los/las jóvenes, centrándose principalmente en el uso del videojuego de nuestro proyecto como herramienta de aprendizaje interactiva. Diseñado para educadores que trabajan con jóvenes de entre 16 y 30 años, el manual ofrece actividades listas para usar y guiones de talleres que exploran las complejas relaciones entre los medios de comunicación, la tecnología y la sociedad.

En la era digital actual, la alfabetización mediática es mucho más que comprender cómo funcionan los medios de comunicación. Se trata de capacitar a los/las jóvenes para que piensen de forma crítica, naveguen por Internet de forma responsable y participen activamente en los debates digitales. Este manual ayuda a los/las educadores/as a que sus alumnos/as reconozcan la influencia de los algoritmos, las redes sociales y la narración digital en la percepción, la identidad y la participación.

Además, para que el aprendizaje resulte más cercano y lúdico, el manual incluye actividades paso a paso que pueden utilizarse de forma independiente o como ejercicios de seguimiento del videojuego del proyecto, lo que garantiza una experiencia de aprendizaje cohesionada que conecta el juego con la reflexión y el debate.

Desarrollado en colaboración por socios del proyecto de toda Europa, el manual incluye contribuciones sobre aspectos poco explorados de la alfabetización mediática, como las relaciones parasociales, los sesgos cognitivos y el impacto emocional de las herramientas digitales. Cada actividad incluye objetivos de aprendizaje claros, instrucciones prácticas y recursos seleccionados para ayudar a los/las educadores/as a facilitar el debate y la exploración.

El manual está disponible en línea (en formato PDF) en seis idiomas: inglés, búlgaro, español, francés, italiano y serbio.

Nota: Las actividades se perfeccionarán una vez que se haya finalizado el videojuego del proyecto, manteniendo la continuidad entre ambos componentes y garantizando que el juego y la práctica en el aula se refuercen mutuamente.

Sobre este manual

Acerca de Pixel Media:

Cofinanciado por la Unión Europea

Este manual pretende ser la base práctica de «Pixel Media: Video Game to Develop Media Literacy» (CREA-CROSS-2024-MEDIALITERACY 101186931). Este proyecto ha sido financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.

Cómo reutilizar:

CC BY-NC 4.0

Esta obra está licenciada bajo Creative Commons CC BY-NC 4.0 Atribución-No comercial 4.0 Internacional.
Tienes libertad para:

1. Compartir: copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato.
2. Adaptar: remezclar, transformar y basarse en el material.
3. El licenciante no puede revocar estas libertades siempre y cuando cumplas con los términos de la licencia.

En los siguientes términos:

1. Atribución: debe dar el crédito adecuado, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de forma que sugiera que el licenciante te respalda a ti o a su uso.
2. Sin fines comerciales: no puede utilizar el material con fines comerciales.
3. Sin restricciones adicionales: no puede aplicar términos legales ni medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros el ejercicio de los derechos que la licencia permite.

Véase la escritura completa en: https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

Nota sobre el uso de IA generativa y herramientas de asistencia a la redacción en la creación de este manual:

Los miembros del equipo de seis organizaciones europeas colaboraron en la redacción de este manual, ninguno de los cuales es hablante nativo de inglés. El socio coordinador creó un esquema para definir colectivamente la estructura y compartir el trabajo. Teniendo en cuenta estos factores, los socios han utilizado herramientas de asistencia a la redacción, como ChatGPT y Grammarly, para revisar la corrección del inglés, organizar sus ideas, compartir un tono de redacción común y garantizar que ninguna parte se repitiera. Si bien la mayoría de los recursos de la bibliografía han sido investigados directamente por los miembros del personal, se ha revisado la validez de cualquier fuente adicional añadida por la IA generativa.

Nota sobre el uso de infografías externas:

Los socios han incluido infografías de fuentes externas en este manual y han citado sus fuentes. Nos hemos tomado la libertad de traducirlas a los idiomas de los socios, manteniendo la fuente original, el formato y los créditos, en un enfoque de uso justo. Si los titulares de los derechos de autor desean ponerse en contacto con el equipo del proyecto, pueden hacerlo escribiendo a info (at) yuzupulse.eu.

Aprende sobre alfabetización mediática y sube peldaños en la escalera de la influencia

Un videojuego para concienciar sobre la alfabetización mediática

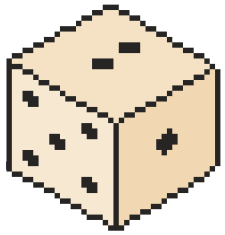
Usando el videojuego "Influencer Solitaire" como herramienta para promover la alfabetización mediática, se anima a las personas participantes a explorar cómo el contenido online influye en sus percepciones y decisiones. A través del juego, profundizarán en preguntas como: ¿qué hace que una publicación parezca creíble? ¿Cómo usan quienes crean contenido el tono, las imágenes y el momento de publicación para captar la atención? ¿En qué punto la persuasión se convierte en manipulación?

Esta actividad está pensada para ayudarte a usar el juego de forma efectiva en tu propio contexto educativo o comunitario. Ofrece orientación práctica, consejos y pautas de facilitación para crear una experiencia de aprendizaje interactiva y participativa que fomente el pensamiento crítico y el debate.

RESUMEN DEL JUEGO

Duración:	60 minutos (al menos una hora en total; se puede jugar en varias sesiones cortas jugando "un día" del juego cada vez)
Edad:	A partir de 16 años
Tamaño del grupo:	De 15 a 20 personas, o de forma individual.
Objetivo general:	Introducir los conceptos clave de la alfabetización mediática de forma interactiva. Mostrar a los y las jóvenes el impacto de sus acciones online: cómo funcionan las redes sociales.
Objetivos específicos:	• Introducir al alumnado a conceptos de alfabetización mediática como las noticias falsas, el impacto de la IA, la producción e interpretación de contenido, etc. • Ayudar al alumnado a entender mejor el impacto de sus acciones online y el funcionamiento de las redes sociales. • Animar al alumnado a seguir aprendiendo sobre alfabetización mediática y profundizar en el tema.
Material necesario:	Se puede jugar **aquí**, desde ordenador o tableta (versión en navegador y versión descargable). El juego no requiere conexión a internet para jugarse (salvo si se juega online).

PASO A PASO: CÓMO IMPLEMENTAR EL JUEGO



1. Preparación (15–20 minutos)

Antes de la sesión, juega tú mismo/a y alcanza al menos el nivel 4, para tener una idea previa de cómo puede avanzar el juego. Antes de presentar el juego al alumnado, invítales a reflexionar sobre qué hace que un influencer tenga "éxito" y qué señales utilizan para juzgar si un contenido online es creíble o fiable. Empezar con estas preguntas activa sus conocimientos previos, despierta su curiosidad y les anima a relacionarse de forma más crítica con las situaciones que encontrarán durante el juego.

Ideas para organizar la sesión

1. Toda la clase

Si solo dispones de una "copia" del juego, puedes organizar una sesión con todo el grupo. Una persona, o un pequeño grupo, se sitúa frente al ordenador o la tableta, mientras el resto observa y reacciona a sus decisiones. Si es posible, usa un proyector o pantalla grande para que todo el mundo pueda seguir la partida y participar en el debate. Puedes pausar el juego en momentos clave para comentar las consecuencias de las decisiones e introducir conceptos relevantes en su contexto.

Para asegurar la participación activa, puede pasarse un "objeto de palabra" (como una pelota o un bolígrafo): solo quien lo tiene en la mano puede hablar. Esto ayuda a estructurar el debate y evita que se forme un jaleo en torno al tema. Aunque este formato puede resultar algo menos estructurado, también puede generar una experiencia de aprendizaje dinámica y participativa.

Por ejemplo, quienes juegan pueden elegir sistemáticamente cartas que aumentan su número de seguidores, aunque esas decisiones perjudiquen a su comunidad. Este comportamiento puede usarse como punto de partida para explorar temas como las noticias falsas, animando al alumnado a reflexionar sobre sus propias decisiones y a plantearse si habrían actuado igual: ¿por qué sí o por qué no?

2. En grupos

- De forma presencial:

Si dispones de varias copias del juego, organiza al alumnado en pequeños grupos. Esto genera una dinámica de debate más rica y mantiene a más personas activamente implicadas.

- De forma remota:

Puedes organizar sesiones a distancia con pequeños grupos si tienes una cuenta de Steam y una copia del juego. Puedes invitar a tu alumnado a una sesión usando aplicaciones de voz como Discord o el chat integrado de Steam. Gracias a la función "Remote Play Together" de Steam, puedes ceder el control de tu ratón y teclado a una persona conectada en remoto mientras juega. Así, tú organizas la sesión y dejas que el alumnado juegue usando tu copia del juego.

Idiomas disponibles

Puedes realizar esta actividad en español o en cualquiera de los otros idiomas disponibles, ya que el juego existe en los 6 idiomas de la iniciativa Pixel Media.

2. El alumnado juega (30–40 minutos)

Asegúrate de que el alumnado completa el tutorial haciendo clic en el icono marcado con un círculo negro. Esto les dará el vocabulario esencial, la mecánica del juego y los conocimientos previos necesarios para entender y manejar el juego correctamente.

Mientras juegan, ayúdales con el vocabulario o con la mecánica del juego. Tu papel es facilitar los distintos aspectos del juego. También puedes ir anotando aquello con lo que tengan más dificultades.

3. Puesta en común y reflexión con preguntas abiertas (10 minutos)

El juego es un punto de partida para el debate, no una actividad aislada. Pregunta al alumnado qué señales les ayudaron a valorar si algo era fiable, qué técnicas parecían diseñadas para influir en ellos y ellas, y cómo representó el juego los retos de evaluar mensajes mediáticos.

Inicia la puesta en común con preguntas como estas:

- ¿Qué señales te ayudaron a decidir si un mensaje mediático era fiable?
- ¿Qué detalles te hicieron parar y cuestionar el contenido?
- ¿Cómo mostró el juego la diferencia entre captar la atención y generar confianza?
- ¿Qué comprobarías antes de compartir algo así en internet?
- ¿Alguna de las cartas o decisiones te recordó a algún influencer que conoces?

También puedes preguntarles si el juego les ha despertado el interés por profundizar en algún tema concreto relacionado con la alfabetización mediática.

Por último, una tarea de cierre sencilla puede ser:

- Escribe una cosa que el juego te haya enseñado sobre los mensajes mediáticos.
- Indica una estrategia para comprobar si un contenido online es fiable.
- Explica cómo un mensaje mediático puede ser persuasivo sin ser del todo fiable.

Después del debate, explora el resto de recursos del proyecto para seguir aprendiendo, y anima a las personas participantes a seguir cuestionando lo que comparten y ven en internet.

Sesgos cognitivos: tu cerebro te miente (a veces)

ACTIVIDAD 1

Mediante herramientas como la narración de historias, infografías y debates en grupo, esta sesión de 45-60 minutos anima a los/las participantes a pensar de forma crítica, cuestionar sus suposiciones y detectar las formas en que su cerebro puede estar engañándolos/as. Al final de la actividad, los/las participantes obtendrán conocimientos clave sobre los sesgos cognitivos y serán capaces de reconocer las trampas mentales más comunes. Esta actividad reforzará su alfabetización mediática y les ayudará a tomar decisiones más informadas al navegar por el mundo digital.

RESUMEN DE LA ACTIVIDAD

Duración:	45 – 60 minutos
Edad:	16 – 20 años
Tamaño del grupo:	Grupos de 15 a 20 personas o se puede realizar individualmente.
Objetivo general:	Introducir el concepto de sesgos cognitivos de una forma divertida y cercana, mostrando a los/las jóvenes cómo su cerebro puede jugarles malas pasadas sin que se den cuenta y ayudarlos/as a identificar esos atajos mentales.
Objetivos específicos:	• Lograr que los/las participantes comprendan qué son los sesgos cognitivos y cómo influyen en nuestra percepción y toma de decisiones. • Capacitarlos/as para que identifiquen y nombren siete sesgos cognitivos clave relevantes para la verificación de noticias. • Animarlos/as a buscar otras fuentes de información, a tomarse el tiempo necesario para evaluar lo que leen o escuchan y a reflexionar activamente (sin sacar conclusiones precipitadas). • Fomentar su pensamiento crítico.
Material necesario:	• Proyector o pizarra (para presentar diapositivas o ejemplos). • Hojas informativas impresas sobre sesgos cognitivos (**o versión digital**). • Folleto impreso sobre «situaciones de sesgo» (o versión digital si se usan tabletas o portátiles). • Bolígrafos o notas adhesivas si se trabaja en grupo presencialmente.

ESTRUCTURA DE LA ACTIVIDAD

1. Introducción a los sesgos cognitivos: (15 - 20 minutos)

Comienza presentando los sesgos cognitivos con una analogía: «El cerebro es como un asistente sobrecargado de trabajo que toma atajos mentales para sobrevivir». Esta es una forma atractiva de introducir el tema. Puedes adaptarla y relacionarla con eventos culturales, generacionales y contemporáneos.

A lo largo de esta sección de la actividad, sientete libre de animar a los/las estudiantes a compartir su experiencia personal con los sesgos cognitivos (pueden haberlos experimentado en línea o no).

La analogía:

Al presentar la actividad, puede comenzar con la siguiente introducción: «Imagínate esto: tu cerebro es como un asistente sobrecargado de trabajo que intenta gestionar miles, si no miles de millones, de tareas a la vez. Cada día, tu cerebro le indica a tus ojos que se enfoquen, a tus oídos que escuchen e interpreten, a tu boca que saboree, a tu cuerpo que se mueva… y eso junto con muchas otras instrucciones que te permiten existir. Aunque el cerebro humano es una función corporal impresionante, es imposible que pueda gestionarlo todo a la perfección. Por eso, para sobrellevarlo, crea atajos: llega a conclusiones rápidas para tomar decisiones con agilidad. En psicología, a esto se le llama heurística. Estos atajos son muy útiles: imagina que tu cerebro no fuera lo suficientemente rápido como para clasificar a una serpiente como un animal “peligroso” y venenoso. Pero cuando esos atajos provocan errores, se convierten en lo que llamamos “sesgos cognitivos”».

Todos tenemos sesgos cognitivos. Como ilustra el ejemplo de la serpiente, estos suelen manifestarse cuando nuestro cerebro percibe peligro o una amenaza a algo importante (la supervivencia o la integración social). En esos momentos, nuestro asistente intuitivo trabaja a toda marcha y a veces saca conclusiones precipitadas para «salvarnos».

En esta actividad, exploraremos juntos los sesgos cognitivos más comunes. Aquellos que distorsionan nuestra percepción del mundo y de las noticias (véase el anexo para consultar imágenes que ilustran y mencionan los siguientes sesgos cognitivos).

2. Juego narrativo sobre los sesgos cognitivos: «Ayuda a Pixel a detectar los sesgos cognitivos que están jugando con él» (25-30 minutos).

«Pixel es un chico normal. Va a un colegio público, le encanta jugar al tenis y, si pudiera, comería pasta todos los días. Sus influencers favoritos son mybodyistrong y smileandchill2. Los fines de semana ve carreras de coches con su hermano y su hermana. Cree que el cambio climático es un engaño. Se siente abrumado y no sabe qué quiere hacer después de graduarse. Está enamorado de alguien de su clase de arte, pero no se atreve a hablar con ella».

Después de leer en voz alta esta historia ficticia de Pixel, pide a los/las alumnos que identifiquen el sesgo cognitivo que se esconde detrás de cada una de las creencias erróneas de Pixel. Dependiendo del tamaño del grupo, pueden trabajar individualmente, por parejas o en pequeños grupos. Anímeles a utilizar las imágenes que se proporcionan en el anexo para ayudarles a establecer conexiones entre las situaciones y los sesgos.

Para cada situación que se le presente a Pixel, debe identificar el sesgo que está en juego y responder a las dos preguntas siguientes:

- ¿Qué sesgo cognitivo está en juego?
- ¿Por qué es ese?

A. Pixel ve un vídeo de TikTok en el que un influencer del bienestar dice: «Ozempic es un medicamento milagroso para perder peso. Todo el mundo debería tomarlo y los médicos están ocultando la verdad porque, si la gente se entera de esta alternativa, no es bueno para el mercado». Pixel lo cree.

- ¿Qué sesgo? -> **Sesgo de autoridad**
- ¿Por qué? Porque el influencer parece bastante seguro de sí mismo, por lo que Pixel asume que es creíble sin comprobar los datos médicos ni consultar a un profesional de la salud.

B. Pixel ve una publicación en Facebook que muestra un día nevado en abril con la leyenda: «¿Calentamiento global? Entonces, ¿por qué nieva en abril? LOL». A Pixel le gusta la publicación y la comparte con sus seguidores añadiendo: «Me estoy congelando. ¿No se supone que ya debería hacer sol? Científicos, os reto a que expliquéis esto».

- ¿Qué sesgo? -> **Sesgo de confirmación**
- ¿Por qué? Pixel ya duda del cambio climático, por lo que acepta y difunde una publicación que parece respaldar su opinión (aunque un día frío no refuta las tendencias climáticas a largo plazo).

C. Todos en la escuela de arte de Pixel están compartiendo un vídeo en el que se afirma que el arte generado por IA no es arte real y está destruyendo la creatividad. Aunque la madre de Pixel trabaja para una empresa que desarrolla IA, Pixel también lo comparte. No lo hace porque esté seguro de que es cierto, sino porque no quiere ser el único que defiende las herramientas digitales.

- ¿Qué sesgo? -> **Sesgo de grupo/conformidad**
- ¿Por qué? Pixel se ajusta a la opinión general para evitar destacar o ser criticado.

D. Pixel ve el mismo anuncio una y otra vez. En él aparece una mujer sonriente que está encantada porque su ropa ha quedado perfectamente limpia gracias a un detergente líquido. Después de verlo muchas veces, Pixel empieza a creer que ese detergente líquido debe de ser un producto estupendo y que las tareas domésticas son «algo que las mujeres hacen y les gusta hacer».

- ¿Qué sesgo? -> **Sesgo de la verdad ilusoria.**
- ¿Por qué? El hecho de que el anuncio se vea una y otra vez crea repetición. La repetición hace que el mensaje resulte familiar y verdadero. Con el tiempo, Pixel acepta tanto la eficacia del producto como el estereotipo de género sin cuestionarlo demasiado.

E. Pixel lee un titular que afirma que un jugador destacado de Roland-Garros fingió una lesión para evitar enfrentarse a un rival difícil. Dos días después, la historia es desmentida y se demuestra que es falsa. El jugador tenía un problema médico real. Sin embargo, Pixel sigue repitiendo la versión original a sus amigos: «Venga, esa lesión no era grave. Simplemente no quería perder».

- ¿Qué sesgo? -> **Sesgo de anclaje**
- ¿Por qué? La primera información (la acusación) «afianza» la creencia de Pixel, incluso después de que nuevas pruebas la refuten. Una vez que se ha formado esa impresión inicial, a veces es difícil cambiar de opinión.

F. Pixel lee un artículo sobre cómo las carreras de coches contribuyen a las emisiones globales y al daño medioambiental. Pero solo se centra en la parte en la que el artículo elogia el impulso económico que las carreras aportan a su ciudad natal. Ignora el resto (especialmente las preocupaciones medioambientales).

- ¿Qué sesgo? -> **Sesgo de percepción selectiva**
- ¿Por qué? Pixel filtra la información para que se ajuste a lo que le interesa o está relacionado con sus preocupaciones (no a los hechos que cuestionan sus opiniones).

3. Reflexión con preguntas abiertas: (10 minutos)

En esta parte final de la actividad, el objetivo es reflexionar sobre lo que los/las participantes han aprendido y por qué son importantes los sesgos cognitivos (especialmente en el contexto de las noticias y los medios digitales).

Comience la sesión informativa haciendo preguntas abiertas como:

- ¿Qué sesgo fue más fácil de detectar? ¿Cuál fue el más complicado?
- ¿Por qué es importante conocer los sesgos cognitivos?
- ¿Puede ayudarte esto a pensar de forma más crítica (especialmente cuando estás en línea)?

Después del debate, comparte recursos para seguir aprendiendo y anima a los/las participantes a seguir explorando los sesgos cognitivos. Anímalos/as a seguir cuestionando lo que ven, oyen y comparten.

Relaciones parasociales: crea tu pasaporte digital seguro

ACTIVIDAD 2

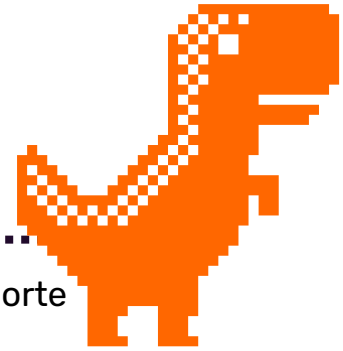
En el panorama mediático actual, los/las jóvenes suelen establecer vínculos intensos y unilaterales con influencers, famosos, streamers o incluso personajes de ficción. Este tipo de relación se conoce como relación parasocial. Se perciben como reales, pero no son recíprocas. Aunque a menudo ofrecen consuelo e inspiración, también engañan a la mente humana y hacen aún más difícil trazar la línea entre la realidad y la ilusión (especialmente en lo que se refiere a la confianza y la influencia). Por lo tanto, esta actividad tiene como objetivo ayudar a los/las participantes a explorar qué es lo que hace que una conexión en línea sea real y saludable. También ofrece una forma de comprender cómo reconocer los límites de este fenómeno. A través de la reflexión sobre los aspectos positivos y negativos de estos vínculos digitales, los/las jóvenes crearán su propio pasaporte digital seguro.

Los/las participantes imaginarán que se están preparando para un viaje por el mundo de los medios de comunicación. ¿Cuáles son los consejos para navegar con seguridad y asegurarse de que cultivan una relación digital saludable? ¿Cuáles son las señales de alerta a las que deben prestar atención y dejar atrás para evitar depender emocionalmente de estas personalidades online?

RESUMEN DE LA ACTIVIDAD

Duración:	30 – 45 minutos
Edad:	14 - 18 años
Tamaño del grupo:	En grupos de 10 a 20 personas o individualmente.
Objetivo general:	Introducir las relaciones parasociales de una manera divertida e interactiva. Concienciar sobre los efectos de estas relaciones en nuestra percepción de nosotros mismos y del mundo.
Objetivos específicos:	• Desarrollar una conciencia crítica de las relaciones parasociales. • Fomentar la autorreflexión sobre los hábitos digitales. • Fortalecer la alfabetización mediática. • Fomentar identidades digitales seguras y saludables.
Material necesario:	• Una “mochila digital” simbólica. • Versión impresa/digital del pasaporte digital seguro para rellenar (**véase el anexo**). • Notas adhesivas (verdes y rojas). • Lápices.

ESTRUCTURA DE LA ACTIVIDAD



A lo largo de toda la actividad, los/las participantes crean su pasaporte digital seguro (véase el anexo).

1. Reflexión (5 - 10 minutos)

Puede comenzar haciendo algunas preguntas a los/las participantes para ayudarles a reflexionar sobre su relación en línea con otros usuarios de las redes sociales

- ¿A quién sigues en línea y por qué?
- ¿Alguna vez has sentido que «conocías» realmente a un/a influencer o a una celebridad?
- ¿Alguna vez comparas tu vida con la de ellos/as?

A continuación, cada participante escribe en unas tarjetas (post-its) lo que considera aspectos positivos («lo que hay que conservar» -> post-its verdes) y negativos («lo que hay que dejar atrás» -> post-its rojos) de las relaciones digitales (por ejemplo, entretenimiento, comunicación, acoso...). Coloca cada uno de los post-its en una «maleta digital» simbólica (por ejemplo, la pantalla de un ordenador).

2. Debate en grupo (5-10 minutos)

Como grupo, los/las participantes comparten y clasifican las tarjetas, eligiendo si colocarlas en «la pantalla del ordenador» o no. El/la facilitador/a los/as anima a debatir por qué han decidido incluir o excluir cada elemento.

3. Resumen y reflexiones sobre la alfabetización mediática (5-7 minutos)

Compara las ideas de los grupos con las opiniones de expertos sobre las relaciones parasociales (comparte ejemplos concretos y estrategias positivas). No dudes en consultar nuestra biblioteca de recursos (véase **aquí**). Destaca cómo se seleccionan los contenidos de los medios de comunicación, cómo influyen los algoritmos y cómo se pueden explotar las necesidades emocionales en Internet.

4. Conclusión (10 - 15 minutos)

Los/las participantes completan su pasaporte digital seguro con:

- 5 «sellos» que ilustran lo que significa para ellos/las una relación online saludable:
  - «comunicación mutua» (mantener el contacto online como lo harían en la vida real),
  - «respetar los límites» (respetar la privacidad, el tiempo y el espacio del otro. No pasa nada si la otra persona está durmiendo y no responde de inmediato),
  - «apoyo, no control» (la relación te anima y te da confianza, ¡te motiva!),
  - «consentimiento en línea» (para compartir tus publicaciones en línea, etiquetarte, etc.),
  - «equilibrio entre la relación en línea y fuera de línea» (la relación no solo existe virtualmente),
  - «Sin presión por rendir» (puedes ser tú mismo, no necesitas impresionar a los/las demás ni actuar en línea)
- Tres señales de alerta a tener en cuenta en las relaciones parasociales (por ejemplo, cuando te sientes emocionalmente dependiente, empiezas a creer todo lo que dice un influencer, defenderías a tu influencer favorito a toda costa, etc.).
- Preguntas de autoevaluación (por ejemplo, ¿sentiría lo mismo si fuera un amigo real quien hiciera esto? ¿Estoy proyectando mis sentimientos en alguien a quien en realidad no conozco? ¿Esta persona haría lo mismo por mí?)
- Consejos para navegar por Internet de forma segura (se completarán en función de los recursos del proyecto).

<u>¿Por qué es importante esta actividad?</u>

- Muchos jóvenes a menudo no se dan cuenta de lo emocionalmente apegados que se han vuelto a los/las influencers o creadores de contenido. Esta actividad les ayuda a nombrar, pero sobre todo a cuestionar esos sentimientos sin juzgarles.
- Las relaciones parasociales pueden distorsionar la realidad, alimentar la desinformación y dañar la autoestima. Por lo tanto, comprender sus mecanismos puede empoderar a los/las jóvenes para que sean más conscientes y equilibrados en sus vidas digitales.
- Este enfoque reflexivo y práctico fomenta el aprendizaje entre iguales. Abre un espacio para conversaciones sinceras sobre la soledad, la confianza y la identidad en la era de las personalidades online.

Fake news: real vs falso

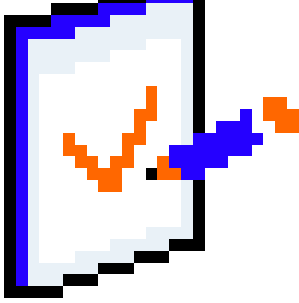
ACTIVIDAD 3

Las noticias falsas son una herramienta fundamental de desinformación a la que los/las jóvenes se enfrentan constantemente en sus vidas. Reconocer las noticias falsas y descubrir sus fuentes es fundamental para que los/las jóvenes puedan contrarrestar los continuos intentos de manipulación. Además, como futuros ciudadanos activos, la capacidad de identificar las noticias falsas es un requisito previo clave para ganarse la confianza del público. Por otra parte, la capacidad de reconocer y denunciar las noticias falsas es una herramienta para reducir su difusión e impacto. Las tareas principales de la formación en este tema son mejorar las habilidades para detectar noticias falsas y descubrir sus fuentes. Existen diversas herramientas que pueden ayudar a desarrollar conocimientos y habilidades en este sentido.

RESUMEN DE LA ACTIVIDAD

Duración:	40 minutos
Edad:	Más de 16 años
Tamaño del grupo:	Mínimo 12 personas
Objetivo general:	Las noticias falsas son una forma común de desinformación a la que los/las jóvenes se enfrentan con frecuencia, por lo que resulta esencial desarrollar habilidades para identificar y rastrear sus fuentes. La formación debe centrarse en el pensamiento crítico y la alfabetización mediática para reducir la propagación de noticias falsas y fomentar la confianza.
Objetivos específicos:	• Ampliar la concienciación sobre el impacto de las noticias falsas en la sociedad. • Desarrollar habilidades de pensamiento crítico y analítico. • Fomentar un sentido de responsabilidad y un compromiso con el flujo de información transparente.
Material necesario:	• Papel para rotafolios, hojas A4, bolígrafos y marcadores. • El/La facilitador/a deberá preparar tres artículos de noticias reales y tres falsos e imprimirlos tantas veces como grupos haya.

ESTRUCTURA DE LA ACTIVIDAD



1. Paso 1 (20 minutos)

El/la facilitador/a divide a los/las participantes en grupos iguales y les entrega tres artículos de noticias reales y tres falsos (seleccionados e impresos con antelación). A continuación, los/las participantes deben leer las noticias, reflexionar durante 20 minutos y dar una respuesta sobre qué artículos son reales y cuáles son falsos, y por qué.

2. Paso 2 (10 minutos)

Una vez que los grupos han decidido cuáles son las noticias reales y cuáles las falsas, se celebra un debate con todos los grupos. El moderador anota en un rotafolio el razonamiento de cada grupo para justificar sus elecciones.
El/la facilitador/a hace hincapié en los datos que debemos verificar y lo que no debemos hacer.
¿Qué hechos debemos verificar?

- Declaraciones/Discursos públicos
- Fechas
- Nombres
- Datos/Estadísticas
- Tablas/gráficos

¿Qué no debemos hacer?
X No busques excusas como la falta de tiempo
X No dejes que tus creencias personales nublen tu juicio objetivo
X No descartes los hechos por considerarlos poco importantes: a veces, una sola fecha incorrecta puede comprometer un trabajo que, por lo demás, es excelente y exhaustivo

3. Preguntas para el análisis posterior (10 minutos)

- ¿Qué aspectos de los artículos te hicieron cuestionar su autenticidad o credibilidad mientras los leías?
- ¿Cómo se desarrollaron las discusiones con tu grupo al evaluar la credibilidad de los diferentes artículos periodísticos? ¿Cuáles fueron los principales puntos de desacuerdo o debate?
- ¿Qué métodos o estrategias específicos utilizaste para evaluar la credibilidad y veracidad de los artículos que encontraste?
- ¿De qué manera pudiste aplicar los conceptos y técnicas que aprendiste durante este ejercicio? ¿Puedes describir casos concretos en los que pusiste en práctica la teoría?

Mapa de ruta digital: navegando por el ruido

ACTIVIDAD 4

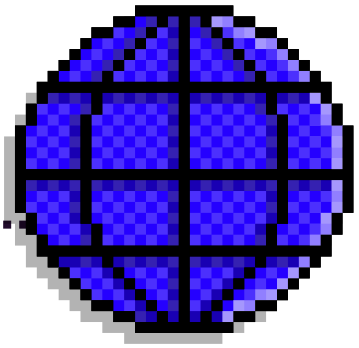
Esta actividad incorpora un enfoque basado en la experiencia del usuario para ayudar a los/las participantes a autorregular su uso de los dispositivos digitales y las aplicaciones, teniendo en cuenta el impacto que esto tiene en su bienestar. Permite a los/las participantes debatir temas que son significativos y relevantes para ellos/as y reflexionar sobre sus experiencias personales mediante la creación de un personaje con el que puedan identificarse. A través del proceso de definir hábitos digitales comunes y participar en debates en pequeños grupos, pueden surgir de forma natural temas como la fatiga informativa, impulsados por los/las propios participantes.

Esta actividad fomenta el trabajo en equipo, la creatividad y las habilidades de presentación, al tiempo que sensibiliza sobre el impacto emocional de la tecnología en la vida cotidiana. La estructura del mapa de la persona y del recorrido digital se inspira en el diseño de la experiencia del usuario y se ajusta al DigComp 2.2: Marco de competencias digitales para la ciudadania, concretamente al apartado 4.3: Proteger la salud y el bienestar y 1.1: Navegación, búsqueda y filtrado de datos, información y contenidos digitales.

RESUMEN DE LA ACTIVIDAD

Duración:	50 - 60 minutos
Edad:	Más de 16 años
Tamaño del grupo:	Grupos de 4 a 5 personas
Objetivo general:	Ayudar a los/las participantes a reconocer los signos y las fuentes de fatiga informativa y aplicar estrategias digitales para gestionar eficazmente la sobrecarga cognitiva.
Objetivos específicos:	• Poder evitar riesgos para la salud y amenazas al bienestar físico y psicológico al utilizar las tecnologías digitales. • Articular las necesidades de información • Identificar los síntomas y los desencadenantes de la fatiga informativa. • Analizar los flujos de información y su impacto emocional. • Formular directrices personales sobre el uso de los medios de comunicación.
Material necesario:	• Papel para rotafolios y marcadores. • El taller también se puede realizar en línea utilizando plataformas como Miro.

ESTRUCTURA DE LA ACTIVIDAD



1. Creación de un personaje (10 minutos)

Basándose en las experiencias digitales cotidianas típicas de los/las participantes, cada grupo colaborará para crear un avatar digital (denominado «persona»). Juntos/as, definirán y acordarán los siguientes aspectos de la persona:

- Nombre, edad, lugar de residencia y género
- Educación y ocupación (incluidos los antecedentes)
- Habilidades técnicas y dispositivos que utiliza habitualmente
- Necesidades y motivaciones para utilizar herramientas y aplicaciones digitales (al menos tres)
- Un miedo o preocupación relacionado con el uso de herramientas y aplicaciones digitales
- Una cita que refleje su personalidad, perspectiva o voz

Cada grupo dibujará su personaje en una hoja de papel o en la esquina superior de una hoja de rotafolio y enumerará todos los detalles. Deben intentar crear un personaje que sea realista y relevante para sus propias experiencias digitales. Los grupos tienen 10 minutos para completar este paso.

2. Mapa de experiencias (20 minutos)

Después de utilizar el personaje creado en el paso uno (por ejemplo, «Max»), cada grupo explorará un recorrido digital diario.

Si el grupo es grande, se desarrollarán múltiples personajes (uno por grupo), cada uno siguiendo su propia rutina digital. Los grupos siguen siendo los mismos que en el paso uno. El/la facilitador/a presenta la estructura del día utilizando la siguiente línea de tiempo: rutina de la mañana, transporte, escuela / trabajo, actividades de tiempo libre, cena, rutina de la noche.

Cada grupo organizará estos pasos horizontalmente en columnas en un rotafolio, creando el marco de una tabla. Para cada bloque de tiempo, describirán lo siguiente en filas:

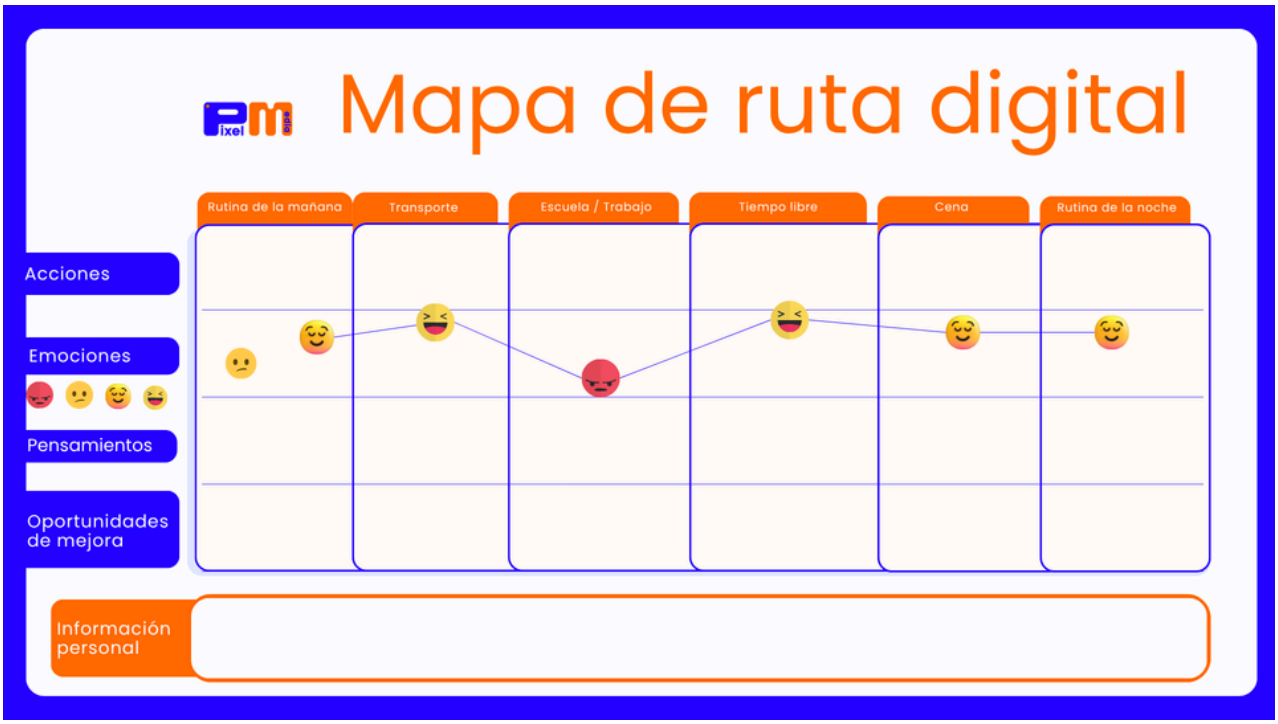
1.Acciones: esta fila conforma la historia de sus interacciones digitales diarias. ¿Qué herramientas y aplicaciones digitales utiliza el personaje en cada paso y por qué (es decir, 1.1 identificación de las necesidades de información)?

2.Emotions: cómo se siente el personaje en cada paso (4.3). Se pueden utilizar emojis para simbolizar las emociones (😊😐😔). El emoji feliz se coloca en la parte superior de la línea, mientras que el emoji triste se coloca en la parte inferior. Juntos/as, los emojis forman un diagrama que representa diversos estados emocionales cuando se conectan.

3. Pensamientos: qué pensamientos tiene el personaje mientras interactúa con las herramientas o el contenido.

4. Opportunidades de mejora: si la interacción es positiva, puede dejarse en blanco. Si es negativa o causa estrés/ansiedad, se anima a los grupos a sugerir estrategias de bienestar digital.

Ejemplo de tabla de mapa de recorrido digital (véase el anexo para obtener **un documento en blanco**).



El orden recomendado para rellenar la tabla es: acciones, emociones, pensamientos y oportunidades de mejora. Para visualizar la dinámica emocional, los grupos pueden conectar los emojis en un gráfico lineal para ilustrar los altibajos emocionales a lo largo del día digital.

3. Presentaciones (10-15 minutos)

Cada grupo presenta su persona y el mapa del recorrido digital diario completado, incluyendo sus sugerencias para mejorar el bienestar digital de la persona. Después de cada presentación, se anima al resto de los/las participantes a:

- Elogiar las observaciones reflexivas
- Sugerir estrategias adicionales para el bienestar digital
- Reflexionar sobre si el recorrido presentado se relaciona con sus propias experiencias

Conclusión (10-15 minutos)

El mapa de experiencias digitales que crean ilustra las interacciones del personaje con la tecnología a lo largo de un día típico, destacando cuándo, por qué y cómo se utiliza la tecnología, qué estados emocionales se desencadenan y si las herramientas digitales contribuyen a la ansiedad o se utilizan de forma equilibrada y saludable. Al abordar las necesidades y motivaciones de su persona, los/las participantes pueden evaluar qué necesidades también podrían satisfacerse fuera de línea y explorar estrategias para mejorar el equilibrio digital.

El aspecto emocional de la actividad fomenta la reflexión y favorece el desarrollo de hábitos diarios más saludables. Al final de la sesión, los/las participantes habrán creado conjuntamente una guía para mejorar su bienestar digital, utilizando el viaje de su personaje como punto de referencia. El uso de un personaje ficticio añade diversión y distancia emocional, lo que ayuda a crear un entorno seguro y abierto para compartir ideas y sugerencias.

Burbujas de filtro: rompe la burbuja

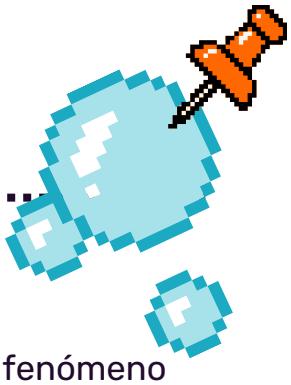
ACTIVIDAD 5

La idea detrás de esta actividad es concienciar a los/las jóvenes sobre las burbujas de filtro, ya que este fenómeno suele pasar desapercibido. Además de concienciar, la actividad tiene como objetivo crear una simulación en la que puedan ver, con ejemplos concretos, cómo las burbujas de filtro pueden afectar a nuestra vida cotidiana y a nuestra percepción de las noticias y los medios de comunicación. Por último, la actividad ofrece diferentes formas de «romper la burbuja» y, de ese modo, desarrollar las habilidades de pensamiento crítico de los/las jóvenes y permitirles convertirse en ciudadanos más activos y responsables.

RESUMEN DE LA ACTIVIDAD

Duración:	45 minutos
Edad:	15 – 20 años
Tamaño del grupo:	Grupo de entre 10 y 15 personas
Objetivo general:	Concienciar sobre el fenómeno de las burbujas de filtro y sus efectos en los entornos digitales.
Objetivos específicos:	• Comprender qué son las burbujas de filtro y cómo contribuyen a ellas los algoritmos. • Fomentar el pensamiento crítico sobre las experiencias personales en línea. • Sensibilizar sobre la diversidad de información y fuentes. • Desarrollar estrategias para “escapar de la burbuja”.
Material necesario:	• Pizarra o rotafolio, notas adhesivas y bolígrafos o marcadores. • Tarjetas con perfiles de usuario en línea (véase el **Anexo 5**). • Acceso a una breve explicación en vídeo (por ejemplo, la charla TED de Eli Pariser; opcional).

ESTRUCTURA DE LA ACTIVIDAD



1. Introducción (5 minutos)

Comience con una breve explicación de las burbujas de filtro: este fenómeno se produce cuando el contenido de Internet se filtra antes de llegar al usuario. Explique que las burbujas de filtro se producen porque los algoritmos que operan detrás de las redes sociales y las plataformas rastrean nuestros «me gusta», contenido compartido, suscripciones e incluso el tiempo que dedicamos a ver vídeos o fotos específicos y, a partir de nuestro comportamiento, comienzan a ofrecernos contenido similar.

Inicie un debate planteando a los/las alumnos la siguiente pregunta: «lo que vemos en Internet se filtra en función de lo que las plataformas creen que nos gusta. Pero, ¿es eso siempre positivo?».

Intente evaluar si el grupo es más o menos consciente de la importancia de analizar las noticias de diferentes fuentes.

Opcionalmente, puede mostrar un vídeo de 2-3 minutos o preguntar:

- ¿Qué aparece normalmente en vuestras redes sociales?
- ¿Creéis que vuestros amigos ven lo mismo que vosotros?

Escriba los términos clave en la pizarra: «algoritmo», «personalización», «sesgo de confirmación» y «burbuja de filtro» como palabras clave para recordar de la discusión. Intente que el grupo los mencione si los/las alumnos están más informados. De lo contrario, asegúrese de explicarlos y compruebe que todos los hayan entendido.

2. Simulación (15 minutos)

Divide a los/las participantes en pequeños grupos. Cada grupo recibe un conjunto de tarjetas: representan el historial de navegación de un personaje en línea (por ejemplo, le gustan los vídeos de animales, lee noticias conservadoras, compra artículos deportivos).

Tarea: examina el feed y adivina qué tipo de contenido verá esta persona mañana. ¿Qué contenido podría estar oculto para él/ella? ¿Qué es menos probable que aparezca en su feed?

Si es necesario, crea una tarjeta junto con el grupo.

Por ejemplo: «según los gustos y aversiones que María ha indicado en su tarjeta, probablemente verá un tutorial de maquillaje o un vídeo de alguien bailando la coreografía del último videoclip. Los perfiles relacionados con comentarios políticos o la actualidad probablemente no aparecerán en su feed, sobre todo porque ella tiende a evitar activamente este tipo de contenido».

Los grupos anotan sus respuestas en post-its bajo las categorías: «Visible para él/ella» / «Invisible para él/ella».

3. Debate en grupo (10 minutos)

Cada grupo comparte lo que su personaje vio o no vio. Preguntas para el debate:

- ¿Recibió la persona información diversa?
- ¿Cómo podría esto afectar su comprensión del mundo?
- ¿Alguna vez has sentido que estabas en una burbuja en Internet?

4. ¿Cómo romper la burbuja? (10 minutos)

Escribe la pregunta «¿Cómo romper la burbuja?» en la pizarra o en el rotafolio.

En grupo, pensad en formas de escapar o reducirel efecto de las burbujas de filtro. Los/las participantes escriben sugerencias en tarjetas de colores (por ejemplo, «Sigue a personas con las que no estás de acuerdo», «Utiliza diferentes plataformas», «Borra el historial de búsqueda»).

Todas las sugerencias se colocan en la pizarra o en el rotafolio.

5. Resumen (5 minutos)

Debate con el grupo cualquier pregunta pendiente y reitera el hecho de que, aunque los algoritmos son poderosos, se les puede burlar y que es importante estar informado, ver el panorama completo y consultar múltiples fuentes.

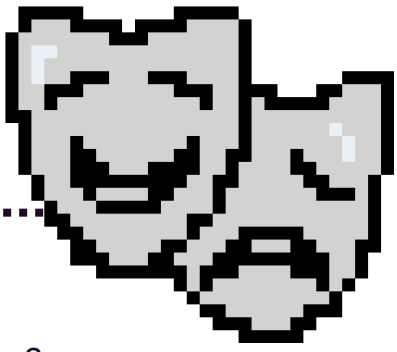
Detectar deepfakes

ACTIVIDAD 6

Este taller tiene como objetivo explicar el fenómeno de los deepfakes mostrar con ejemplos reales cómo son, presentar diversas herramientas que se pueden utilizar y los pasos que se deben seguir para reconocerlos mejor y debatir sobre su uso ético. La actividad se divide en cuatro partes: la primera es una introducción en la que se comparan dos vídeos, uno de los cuales es un deepfake. La segunda parte es teórica y explica qué son los deepfakes y cómo se crean. La tercera es un ejercicio práctico para los/las jovenes, en el que pueden entrenar sus habilidades para detectar qué vídeos son falsos. La última parte es un debate sobre el peligro de los deepfakes y la importancia de estar informado.

RESUMEN DE LA ACTIVIDAD

Duración:	60 minutos
Edad:	15 – 20 años
Tamaño del grupo:	Grupo de entre 10 y 20 personas
Objetivo general:	Desarrollar una conciencia crítica sobre la tecnología deepfake y sus posibles usos, riesgos e impacto.
Objetivos específicos:	• Entender qué son los deepfakes y cómo se crean. • Aprender a detectar las señales de los deepfakes y a evaluar la credibilidad de los medios. • Reflexionar sobre las implicaciones éticas de los medios sintéticos. • Practicar estrategias de verificación
Material necesario:	• Acceso a internet y proyector • Vídeos cortos reales/falsos. • Hoja de trabajo «Detectar el deepfake» (lista de verificación) - **ver Anexo 6**. • Bolígrafos o dispositivos.



ESTRUCTURA DE LA ACTIVIDAD

1. Introducción (10 minutos)

El/la facilitador/a inicial pregunta: «¿Estos vídeos son reales o falsos?».
A continuación, muestra dos vídeos cortos (uno real y otro deepfake, sin especificar cuál es cuál). Los/las jovenes votan: ¿Cuál es falso? ¿Por qué?

2. Comprender los deepfakes (15 minutos)

Breve presentación que responde a las siguientes preguntas:

- ¿Qué son los deepfakes?
- ¿Cómo se fabrican?
- ¿Dónde se utilizan? (sátira, estafas, política, etc.)

Incluye ejemplos reales si es posible.

3. Desafío para detectar deepfakes (20 minutos)

En grupos pequeños, los/las estudiantes reciben de 3 a 4 vídeos cortos o capturas de pantalla (descargadas previamente de fuentes fiables). Utilizando una lista de verificación (que incluye criterios como parpadeo antinatural, iluminación inadecuada, expresiones faciales distorsionadas, voz robótica, etc.), deciden qué vídeos o capturas de pantalla son reales y cuáles son falsos. Cada grupo presenta su trabajo y ofrece explicaciones.

4. Reflexión (15 minutos)

El/la facilitador/a utiliza preguntas para suscitar un debate y evaluar las actitudes de los/las participantes, como las siguientes:

- ¿Debería prohibirse por completo la tecnología utilizada para crear deepfakes?
- ¿O se trata solo de una herramienta?
- ¿La gente lo está convirtiendo en algo malo?
- «¿Deberían ser más estrictas las leyes en lo que respecta al contenido generado por IA?», etc.

Al finalizar la reflexión, el/la facilitador/a debería concluir con un mensaje sobre la necesidad de ser conscientes de la existencia de los deepfakes y de formarnos para reconocerlos.

Impactos de la IA: reescribir las noticias

ACTIVIDAD 7

En esta actividad práctica, los/las participantes exploran cómo la inteligencia artificial puede influir en la forma en que se escriben y se perciben las noticias. Trabajando en pequeños grupos, reciben un breve artículo periodístico neutral y utilizan una herramienta de IA generativa para reescribirlo para diferentes públicos y plataformas. Tras presentar sus artículos generados por IA, reflexionan juntos/as sobre cómo el tono, la estructura y la orientación al público pueden cambiar sutilmente (o no tan sutilmente) el mensaje. La actividad fomenta la alfabetización mediática y la conciencia sobre cómo las herramientas digitales pueden influir en la opinión pública y la participación.

RESUMEN DE LA ACTIVIDAD

Duración:	60 - 90 minutos
Edad:	16 – 30 años
Tamaño del grupo:	De 6 a 20 participantes, trabajando en pequeños grupos de 3 a 5.
Objetivo general:	Ayudar a los/las jóvenes a comprender cómo la IA puede influir en el contenido mediático al reescribir una noticia para diferentes audiencias. Fomentar el pensamiento crítico sobre cómo el tono, el enfoque y la plataforma moldean la forma en que se recibe e interpreta la información.
Objetivos específicos:	• Comprender cómo las herramientas de IA pueden influir en el encuadre y el tono de los medios. • Desarrollar el pensamiento crítico sobre la segmentación de la audiencia y los sesgos. • Reflexionar sobre las implicaciones éticas y sociales de la IA en los medios de comunicación.
Material necesario:	• Un artículo de noticias breve y neutral (impreso o compartido digitalmente). • Dispositivos con acceso a internet (portátiles, tabletas o teléfonos). • Acceso a una herramienta de IA (como ChatGPT, Gemini, Copilot, etc.). • Tarjetas informativas, impresas (**descargar aqui**) o compartidas digitalmente (**acceder aqui**) • Pizarra digital o rotafolio para debate en grupo

ESTRUCTURA DE LA ACTIVIDAD

1. Debate inicial (10 - 15 minutos)

Pregunta a los/las participantes:

- «¿Dónde soléis leer las noticias?»
- «¿Habéis visto alguna vez publicaciones, artículos o titulares generados por IA?»
- «¿Qué creéis que hace que un artículo de noticias sea fiable o parcial?»

Consejo para el/la facilitador/a: mantén un ambiente informal y cercano. Utiliza tendencias mediáticas recientes para captar la atención. Por ejemplo:

- Historias sobre famosos generadas por IA (como entrevistas falsas, citas inventadas o escándalos imaginarios).
- Deepfakes: vídeos o imágenes que muestran a políticos o figuras públicas diciendo o haciendo cosas que nunca hicieron.

Encontrarás muchos recursos web de verificación de datos en la sección de Fake News de nuestra Pixelpedia. ¡Échales un vistazo para inspirarte!

2. Tarea de reescritura de artículos con IA (30 minutos)

Divide a los/las participantes en 2 a 4 grupos pequeños de 3 a 5 personas.

Proporciona el mismo artículo de noticias, breve y neutral, a todos los grupos y dales tiempo para leerlo. Puedes buscar titulares de noticias recientes en internet o inventarte uno. Por ejemplo: «Conductor atropella a peatones». Busca algo lo suficientemente neutral como para que detalles adicionales (como edad, nacionalidad, profesión o antecedentes familiares) puedan cambiar sutilmente el tono y la percepción de la noticia.

Luego, pide a los/las participantes que utilicen una herramienta de IA generativa (por ejemplo, ChatGPT, Gemini, Copilot, Claude) para reescribir el artículo de acuerdo con las tarjetas informativas (Público Objetivo, Tono, Impacto Emocional).

Asigna las tarjetas de forma secuencial, revisando el artículo después de cada instrucción (3 veces en total). Utiliza los resúmenes o las tarjetas en blanco proporcionadas para añadir contenido más adecuado para tus participantes.

Consejo para el/la facilitador/a: si es necesario, ofrece algunas preguntas guía preescritas para ayudar a los/las participantes a comenzar. Recorre el espacio y ayuda con cualquier problema técnico o durante la lluvia de ideas.

Sugerencias de preguntas para la IA:

- «Reescribe este artículo como si estuviera dirigido a [audiencia] y publicado en [plataforma]. Utiliza un [tono: persuasivo, formal, emotivo, etc.].»
- «Añade un titular atractivo para [la audiencia].»
- «Haz hincapié en el impacto emocional, social y político de esta historia para [grupo].»

3. Presentaciones y debate en grupo (15-25 minutos)

Pide a cada grupo que lea o resuma su artículo generado por IA. A continuación, dirige un debate en grupo:

- ¿Qué diferencias observasteis entre las versiones?
- ¿Cómo cambiaron el tono, la elección de palabras o el énfasis?
- ¿Podría la nueva versión ser engañosa o manipular emocionalmente?
- ¿Es fácil distorsionar los hechos manteniendo su veracidad «técnica»?

Consejo para el/la facilitador/a: ¡fomenta el debate! Algunos grupos pueden considerar que su versión es mejor o más atractiva. Orienta la conversación hacia la conciencia crítica, no solo hacia la creatividad.

4. Resumen y reflexión (15-20 minutos)

Posibles preguntas para el resumen:

- ¿Qué buscaréis ahora cuando leáis contenidos en línea?
- ¿Cómo podéis ser más conscientes de lo que compartís o creéis?
- ¿Qué papel desempeñáis como participantes activos y responsables en los medios de comunicación?
- ¿Qué esperaríais de un medio de comunicación fiable en lo que respecta al uso de la IA?

Consejo para el/la facilitador/a: la IA no es intrínsecamente buena ni mala; es una herramienta. Lo importante es cómo se utiliza y si quienes la crean son transparentes y éticos. Anima a los/las participantes a reflexionar sobre el papel que desempeñamos como usuarios y/o creadores de medios de comunicación en nuestra sociedad.

Algoritmos: ¿quién es visto?

ACTIVIDAD 8

Los/las participantes simulan el comportamiento de un algoritmo de redes sociales seleccionando contenidos para usuarios ficticios. A través de debates y análisis en grupo, exploran quién tiene visibilidad en Internet, quién no la tiene y por qué esto es importante para la democracia, la inclusión y la ciudadanía digital.

RESUMEN DE LA ACTIVIDAD

Duración:	60 - 90 minutos
Edad:	16 – 30 años
Tamaño del grupo:	De 6 a 20 participantes, trabajando en pequeños grupos de 3 a 5.
Objetivo general:	Ayudar a los jóvenes a comprender cómo los algoritmos influyen en qué contenido se promociona o se oculta en línea. Fomentar la reflexión crítica sobre la visibilidad en línea, los sesgos y la participación digital ética.
Objetivos específicos:	• Comprender cómo los algoritmos influyen en la visibilidad del contenido en línea. • Reflexionar sobre qué voces se amplifican o se silencian. • Fomentar la participación consciente y ética en los espacios digitales.
Material necesario:	• Tarjetas de perfil de usuario y de contenido, impresas (**descargar aqui**) o compartidas digitalmente (**acceder aqui**). • Notas adhesivas o pegatinas (para comentarios rápidos o reflexiones grupales). • Papel para rotafolio o pizarra digital para el debate grupal.

ESTRUCTURA DE LA ACTIVIDAD

1. Debate inicial (10 - 15 minutos)

Comienza preguntando a los/las participantes:

- ¿Qué tipo de publicaciones soléis ver primero en las redes sociales?
- ¿Por qué algunas publicaciones se vuelven virales mientras que otras apenas se ven?
- ¿Creéis que todas las voces tienen las mismas posibilidades de ser escuchadas en línea?

Consejo para el/la facilitador/a: si es necesario, anima a los/las participantes comenzando con preguntas sencillas y con las que puedan identificarse para ayudarles a reflexionar sobre sus propios hábitos de consumo en redes sociales. Por ejemplo: ¿qué fue lo último que te gustó o compartiste en línea?

2. Juego de simulación: «Sé el algoritmo» (30 minutos)

Divide a los/las participantes en 2 a 4 grupos pequeños de 3 a 5 personas.

Entrega a cada grupo una de las tarjetas de perfil de usuario (o déjales elegir la que les resulte más relevante).

Proporciona a cada grupo un conjunto de tarjetas con contenido (titulares, memes, noticias, anuncios, historias personales, etc.).

Cada grupo actúa como un algoritmo de redes sociales. Su función es seleccionar el contenido que aparecerá en el perfil del usuario asignado para maximizar la interacción, mediante:

- Seleccionar qué contenido aparece primero (los 3 primeros).
- Explicar por qué optaron por promocionar u ocultar cierto contenido.
- Reflexionar sobre cómo el algoritmo “sabe” qué mostrar (me gusta, seguidores, comentarios, etc.).

Consejo para el/la facilitador/a: asegúrate de que cada grupo comprenda claramente su perfil de usuario y el objetivo: no están publicando contenido, sino seleccionando un feed como si fueran el algoritmo.

3. Presentaciones en grupo y reflexión (15-25 minutos)

Cada grupo comparte su perfil de usuario, el feed seleccionado y los motivos que les llevaron a tomar esas decisiones.

A continuación, guía la reflexión con preguntas como:

- ¿Qué voces se amplificaron? ¿Cuáles se silenciaron?
- ¿El contenido seleccionado creó una visión equilibrada o reforzó una visión limitada?
- ¿Cómo se relaciona esto con vuestra propia experiencia en línea?

Consejo para el/la facilitador/a: haz preguntas comparativas para destacar cómo los algoritmos pueden crear realidades muy diferentes. Por ejemplo: ¿algún grupo ha potenciado u ocultado el mismo contenido por motivos diferentes?

4. Conclusiones (15-20 minutos)

Concluye con una o dos preguntas finales como:

- ¿Qué os ha sorprendido de esta actividad?
- ¿A qué vais a prestar más atención ahora en vuestro propio feed?
- ¿Qué podríais hacer para ser más selectivos/as con las personas y los contenidos con los que interactuáis en Internet?

Consejo para el/la facilitador/a: ayuda a los/las participantes a relacionar la actividad con su propia experiencia pidiéndoles que nombren una voz que les gustaría escuchar más en su feed y expliquen por qué.

«We Become What Behold»: el poder de las redes sociales

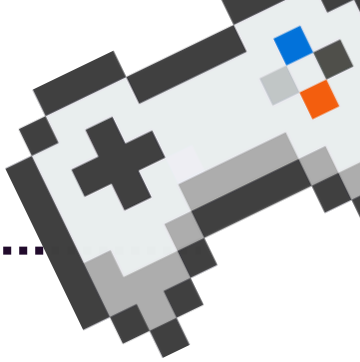
ACTIVIDAD 9

Cuando los/las usuarios/as publican algo en las redes sociales, ofrecen una representación limitada de la realidad que, a menudo, puede convertirse en la única ventana al mundo que tienen otras personas.

Al jugar a un breve juego online y gratuito llamado «We Become What We Behold» (Nos Convertimos En Lo Que Contemplamos), los/las jugadores/as pueden reflexionar de forma crítica sobre el efecto que las redes sociales tienen en nuestros comportamientos y en nuestra sociedad.

RESUMEN DE LA ACTIVIDAD

Duración:	50 minutos
Edad:	Mayores de 16 años
Tamaño del grupo:	Mínimo 12 personas
Objetivo general:	Resaltar el poder de influencia de las redes sociales.
Objetivos específicos:	• Ampliar la concienciación sobre el impacto de las redes sociales en la sociedad. • Desarrollar habilidades de pensamiento crítico y analítico. • Cultivar un sentido de responsabilidad sobre el propio comportamiento en las redes sociales. • Fomentar y mantener un debate crítico con otros compañeros sobre el papel de las redes sociales en nuestra sociedad.
Material necesario:	• Un ordenador o dispositivo móvil con conexión a internet. • Un proyector o pizarra interactiva con altavoces. • Enlace al juego: https://ncase.itch.io/wbwwb



ESTRUCTURA DE LA ACTIVIDAD

1. Introducción y contexto (5 minutos)

Breve presentación del juego (sin spoilers):
"Vamos a jugar un breve videojuego que simula cómo funcionan los medios de comunicación. Vuestra tarea es sencilla, pero al final reflexionaremos sobre algunas cuestiones importantes."

Instrucciones:
“Prestad mucha atención a lo que sucede y a cuál es vuestro papel en el juego”.

2. Juego colectivo (10 minutos)

Divide a los/las participantes en 2 a 4 grupos pequeños de 3 a 5 personas.

El/la facilitador/a (o un/a voluntario/a) juega al juego proyectado en una pantalla o pizarra interactiva. Los/las alumnos/as sugieren qué fotografiar o en qué enfocarse.

Como alternativa, si hay dispositivos disponibles, los/las estudiantes pueden jugar en grupos pequeños (2–3 estudiantes por ordenador/tableta), mientras el/la facilitador/a circula y observa.

3. Debate guiado (10 minutos)

El/la facilitador/a inicia un debate colectivo utilizando estas preguntas como punto de partida:

- «¿Qué pasó en la partida?»
- «¿Cuál era vuestro papel?»
- «¿Qué emociones sentisteis?»
- «¿Por qué creéis que el juego termina así?»
- «¿Os parece realista en términos de cómo funcionan los medios de comunicación en la vida real?»

4. Sesión informativa (15 minutos)

Divide la clase en grupos pequeños. Cada grupo recibirá una pregunta o tarea:

- Grupo A: «¿Qué representan los personajes del juego en la sociedad real?»
- Grupo B: «¿Cuál es el papel del fotógrafo? ¿Es realmente neutral?»
- Grupo C: «¿Qué mecanismos mediáticos reales se representan en el juego?»
- Grupo D: «¿Cómo podríamos evitar en la vida real los efectos negativos que se muestran en el juego?»

Cada grupo prepara un breve resumen (2–3 frases).

5. Intercambio y resumen (10 minutos)

Cada grupo presenta brevemente sus ideas. El moderador concluye con una referencia a la educación cívica y la alfabetización mediática:

«Este juego nos ha mostrado lo fácil que es manipular la realidad. ¿Cómo podemos convertirnos en ciudadanos críticos ante lo que vemos cada día en las redes sociales, la televisión o Internet?».

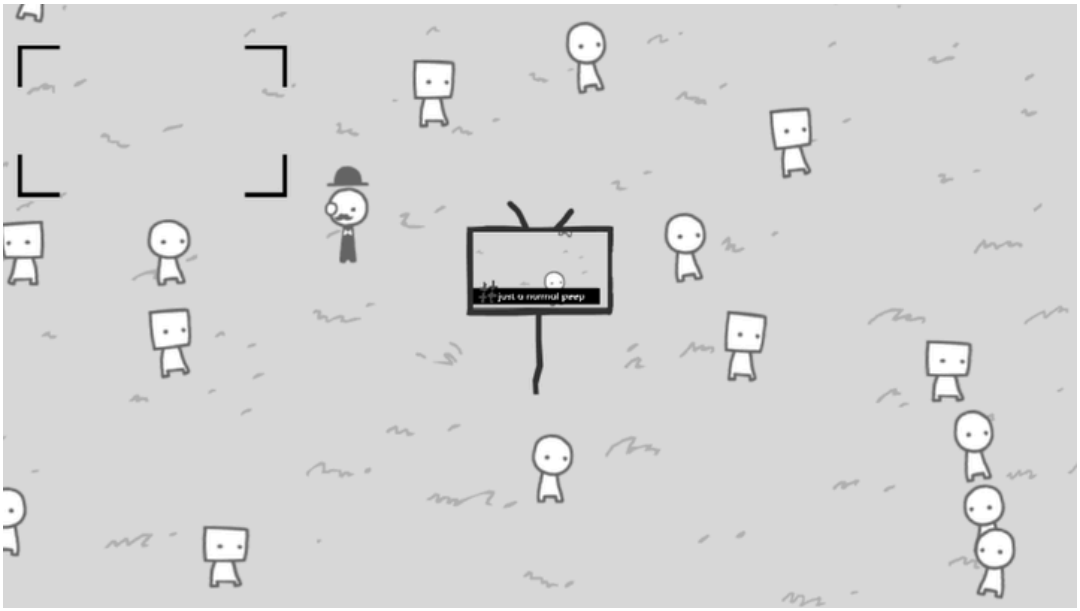


Imagen tomada del juego «We Become What We Behold»: https://ncase.itch.io/wbwwb

«Nos convertimos en lo que contemplamos. Damos forma a nuestras herramientas y, a partir de ahí, nuestras herramientas nos dan forma a nosotros». (Marshall McLuhan)

Más allá del píxel: la identidad de género en los videojuegos

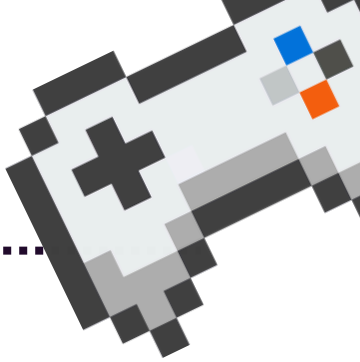
ACTIVIDAD 10

Cuestiones como las representaciones de género, sexualidad, raza y clase social, por nombrar algunas, han adquirido especial relevancia en el consumo de los medios de comunicación contemporáneos. Los videojuegos, en particular, se encuentran entre los productos culturales que influyen y contribuyen a la construcción de un imaginario socialmente compartido de los roles de género, educando de manera informal sobre la feminidad y la masculinidad. Los videojuegos, que tradicionalmente eran un medio dirigido principalmente al hombre blanco heterosexual, con propuestas estandarizadas de roles de género, ofrecen cada vez más representaciones complejas y en evolución. En concreto, la representación de las figuras femeninas ha experimentado una importante transformación, en la que el arquetipo clásico de la damisela en apuros, presente en los primeros videojuegos de la década de 1980, ha sido sustituido progresivamente por nuevos modelos más multifacéticos, articulados y difíciles de clasificar, que podrían llevar a los/las jugadores/as de videojuegos (adolescentes y adultos, hombres y mujeres) a experimentar nuevas experiencias e interiorizar modelos de género no tradicionales. Esto no solo desde un punto de vista «estético-narrativo», sino también estructuralmente, a través de una jugabilidad que propone acciones y opciones más amplias.

Por lo tanto, se propone una reflexión sobre las experiencias con los videojuegos y su papel como sistema de comunicación, articulando la actividad en dos momentos diferentes.

RESUMEN DE LA ACTIVIDAD

Duración:	2 sesiones para un total de 3 horas y media (o menos actividad en un día)
Edad:	Mayores de 16 años
Tamaño del grupo:	Mínimo 15 personas
Objetivo general:	Desarrollar una conciencia crítica sobre la representación de la identidad de género en los medios digitales y promover debates respetuosos e inclusivos sobre cuestiones de género.
Objetivos específicos:	• Reconocer estereotipos y representaciones innovadoras en los videojuegos. • Comprender la importancia de la representación auténtica en las narrativas interactivas. • Desarrollar habilidades de análisis crítico para contenido multimedia. • Fomentar la empatía a través de experiencias de juego compartidas. • Analizar cómo los videojuegos pueden ser poderosas herramientas narrativas para explorar identidades complejas.
Material necesario:	• Al menos un ordenador con conexión a internet. • Un proyector o pizarra interactiva con altavoces. • Papel A3 y A4. • Lápices de colores, rotuladores. • Pizarra o rotafolio. • Post-it de colores. • Videojuegos (ver Anexos): «Florence» (iOS/Android/PC), «Tell Me Why» (PC/PlayStation/Xbox), «Life is Strange: True Colors» (PC/PlayStation/Xbox)



ESTRUCTURA DE LA ACTIVIDAD

Primera sesión (90 minutos)

1. Presentación del grupo con la actividad «Avatar e identidad» (30 minutos)

Inicia una presentación en círculo con el nombre y tu "personaje de videojuego favorito" y por qué.

Actividad: “Dibuja un avatar que te represente en un videojuego. No tiene que ser realista, pero debe comunicar algo importante sobre ti. Puede ser de cualquier tipo de juego (realista, de dibujos animados, de bloques, etc.).” Usa papel y lápices de colores.

Presentación: cada participante presenta brevemente su avatar.

2. Exploración teórica participativa (10 minutos de lluvia de ideas + 30 minutos de discusión grupal = 40 minutos)

Divide a los/las participantes en 2 a 4 grupos pequeños de 3 a 5 personas.

- Inicia una sesión de lluvia de ideas colectiva planteando la siguiente pregunta: Cuando piensan en los personajes de videojuegos, ¿qué diferencias notan entre los personajes masculinos y femeninos?

El/la facilidador/a recoge las observaciones en la pizarra/rotafolio.

Cada grupo debate las siguientes preguntas:

- ¿Qué estereotipos de género has notado en los videojuegos que conoces? ¿Conoces personajes que escapan a estos estereotipos?
- ¿Qué hace que un personaje sea “auténtico” para ti?

Estas preguntas se pueden recopilar en un póster o infografía.

3. Sesión plenaria de intercambio y análisis (20 minutos)

Cada grupo comparte 2 o 3 ideas clave surgidas de su debate.

Segunda sesión (2 horas)

1. Experiencia de juego intensiva (60 minutos)

Comienza con tres estaciones rotatorias (de unos 20 minutos cada una) para jugar a tres modelos de videojuegos diferentes y nuevos:

- «Florence»: Intimidad y relaciones;
- «Tell Me Why»: Identidad transgénero y familia;
- «Life is Strange: True Colors»: Diversidad y comunidad.

2. Análisis colaborativo (30 minutos)

Organiza grupos mixtos para comparar los tres títulos.

Creación de mapas conceptuales comparativos sobre los siguientes temas:

- Mecánicas narrativas en relación con la identidad de género
- Representaciones estéticas
- ¿Qué esperabais? ¿Sucedió lo que esperabais?
- ¿Podríais haber hecho otras cosas o cosas diferentes?
- ¿Qué cambiaríais del juego?
- ¿Qué mecánicas os gustaría que se añadieran?

Finalmente, realizad una presentación de los principales descubrimientos.

3. Diseño creativo (30 minutos)

«El videojuego que me gustaría»

- ¿Qué actividades y actuaciones os gustaría ver?
- Ideas para representaciones auténticas.

O bien:

- ¿Cómo mejoraríais la representación de la identidad de género en vuestro juego favorito?
- ¿Hay ya aspectos positivos?
- ¿Qué aspectos os parecen negativos?

Conclusión: para cerrar la actividad, cada persona comparte una palabra final sobre su experiencia.

ANEXOS

ACTIVIDAD 1 - Sesgos cognitivos: tu cerebro te miente (a veces)

Haz clic **AQUÍ** para descargar los elementos visuales que explican e ilustran los sesgos cognitivos de la actividad.

ACTIVIDAD 2 - Relaciones parasociales: crea tu pasaporte digital seguro

Haz clic **AQUÍ** para descargar o usar la versión digital del pasaporte digital seguro y completarlo durante la actividad.

ACTIVIDAD 4 - Mapa de ruta digital: navegando por el ruido

Véase la página siguiente

ACTIVIDAD 5 - Burbujas de filtro: rompe la burbuja

Haga clic **AQUÍ** para descargar las tarjetas.

ACTIVIDAD 4 - Mapa de ruta digital: navegando por el ruido

Mapa de ruta digital

	Rutina de la mañana	Transporte	Escuela / Trabajo	Tiempo libre	Cena	Rutina de la noche
Acciones						
Emociones						
Pensamientos						
Oportunidades de mejora						

Información personal	

ACTIVIDAD 6: Detectar deepfakes

Financiado por la Unión Europea

DETECTAR DEEPFAKES

Consejos

Si algo te parece «extraño» (raro, ligeramente falso, difícil de explicar), confía en esa sensación: los deepfakes suelen estar en esos pequeños detalles. Al ver un vídeo o una foto, pregúntate:

Rostro

- ¿La cara se ve demasiado lisa o demasiado arrugada en comparación con el resto del cuerpo? ☐
- ¿La piel, el pelo y los ojos parecen de la misma edad? ☐

Ojos y cejas

- ¿Las sombras alrededor de los ojos y las cejas se ven naturales? ☐
- ¿La luz incide en los ojos de la forma que esperarías en esa escena? ☐

Gafas

- ¿Hay reflejos o deslumbramiento en las gafas? ☐
- ¿El resplandor se mueve de forma natural cuando la persona mueve la cabeza? ☐

Vello facial

- ¿La barba, el bigote o las patillas se ven naturales o parecen "pintados"? ☐
- Si no tienen vello facial, ¿la piel se ve demasiado plana o rara en la zona donde debería haberlo? ☐

Detalles faciales

- ¿Los lunares o las pecas parecen realistas, o permanecen completamente inmóviles cuando se mueve la cara? ☐

Parpadeo

- ¿Parpadean muy poco, con demasiada frecuencia o con un ritmo extraño? ☐

Boca y labios

- ¿Los movimientos de los labios coinciden con las palabras de forma natural, o se sienten ligeramente desalineados (como un mal doblaje)? ☐

ACTIVIDAD 7 - Impactos de la IA: reescribir las noticias

Descarga las fichas informativas de los Anexos (**enlace**) e imprímelas. Asegúrate de imprimir a doble cara para que el anverso y el reverso de cada ficha queden alineados correctamente. Cada hoja incluye 4 tarjetas, que deben recortarse y utilizarse durante la actividad. En cada ronda, entregue una tarjeta a cada grupo para que tengan instrucciones claras a seguir. También hay una hoja con tarjetas en blanco que los/las facilitadores/as pueden usar para crear contenido personalizado (por ejemplo, diferentes públicos objetivo, plataformas, tonos o impactos más adecuados a los perfiles de los/las participantes). Finalmente, una versión digital de las tarjetas está disponible en Genially y se puede utilizar si el taller se imparte en línea desde este enlace: https://view.genially.com/6911a137a9380eb956d64777

ACTIVIDAD 8 - Algoritmos: ¿quién es visto?

La actividad utiliza dos conjuntos de tarjetas: tarjetas de perfil de usuario y tarjetas de contenido. Puedes descargar y adaptar la plantilla de Canva desde el enlace proporcionado (**enlace**). Cada hoja contiene 4 tarjetas que deben imprimirse a doble cara (si es posible) y luego recortarse. La plantilla incluye:

- 4 tarjetas de perfil de usuario
- 12 ejemplos de tarjetas de contenido (titulares, memes, anuncios, publicaciones personales, etc.)
- 4 tarjetas en blanco que los/las facilitadores/as pueden completar con nuevos usuarios o contenido para que la actividad sea más relevante para el contexto de los/las participantes.

Si la actividad se emparte en línea, se puede utilizar una versión digital de las tarjetas en Genially desde este enlace: https://view.genially.com/6911a2e482fa03ec2547114b

ACTIVIDAD 10 - Más allá del píxel: identidad de género en los videojuegos

Florence (iOS/Android/PC)

- Tráiler: https://www.youtube.com/watch?v=GkxOJh3hClU
- Gameplay completo: https://www.youtube.com/watch?v=c0Hmvev5r7A&t=1212s

Dime por qué (PC/PlayStation/Xbox):

- Tráiler: https://www.youtube.com/watch?v=DRN2VgTB-J8
- Gameplay completo: https://www.youtube.com/watch?v=D9vr6WYQFVc

Life is Strange: True Colors (PC/PlayStation/Xbox)

- Tráiler: https://www.youtube.com/watch?v=mpRhaXfvG_0
- Gameplay completo: https://www.youtube.com/watch?v=qYnhpWf20So

REFERENCIAS

ACTIVIDAD 1 - Sesgos cognitivos: tu cerebro te miente (a veces)

- Masotina, M. (26 de agosto de 2024). Sesgos cognitivos en la creación de noticias y la verificación de hechos: un enfoque de métodos mixtos. EDMO. Recuperado de https://edmo.eu/blog/cognitive-biases-in-news-making-and-fact-checking-a-mixed-methods-approach/

- Buss, David M. (2015). El manual de psicología evolutiva (Buss/El manual de psicología evolutiva) || La evolución del sesgo cognitivo. , 10.1002/9780470939376(), 724–746. https://doi.org/10.1002/9780470939376.ch25

- Pilat, D., y Sekoul, K. (2021). Sesgo endogrupal. The Decision Lab. Recuperado de https://thedecisionlab.com/biases/in-group-bias?utm_source=

- Udry, J., y Barber, S. J. (2024). El efecto de la verdad ilusoria: una revisión de cómo la repetición aumenta la creencia en la desinformación. Current Opinion in Psychology, 56, 101736. https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2023.101736

- Friedman, H. H. (2023). Cómo superar los sesgos cognitivos que distorsionan la percepción y conducen a la intolerancia. SSRN. https://doi.org/10.2139/ssrn.4507064

- Pilat, D., y Sekoul, K. (2021). Sesgo de anclaje. The Decision Lab. Recuperado de https://thedecisionlab.com/biases/anchoring-bias

- Padalia, D. (2014). Sesgo de conformidad: ¿un hecho o un artefacto experimental? Psychological Studies, 59, 10.1007/s12646-014-0272-8. https://doi.org/10.1007/s12646-014-0272-8

- Pilat, D., y Sekoul, K. (2021). Efecto de verdad ilusoria. The Decision Lab. Recuperado de https://thedecisionlab.com/biases/illusory-truth-effect

- Lauren, B. (2023). Sesgo de autoridad. The Decision Lab. Recuperado de https://thedecisionlab.com/biases/authority-bias

REFERENCIAS

ACTIVIDAD 2 - Relaciones parasociales: crea tu pasaporte digital seguro

- Bennett, N.-K., Rossmeisl, A., Turner, K., Holcombe, B. D., Young, R., Brown, T. y Key, H. (18 de febrero de 2020). Relaciones parasociales: La naturaleza de la fascinación por las celebridades. Encuentra un psicólogo.

- Escuelas Públicas del Condado de Montgomery (14 de septiembre de 2024). Vídeo de YouTube. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=ru5IEApYnvw

- National Geographic. Allegra Rosenberg (30 de octubre de 2024). Recuperado de: https://www.nationalgeographic.com/science/article/parasocial-relationships-social-media

ACTIVIDAD 3 - Fake news: real vs falso

- FECE, ECO y EUROSUD. (3 de abril de 2023). Kit de herramientas de formación sobre periodismo ciudadano. FECE. https://jour-you.eu/wp-content/uploads/2023/08/JOUR-YOU-Training-toolkit-EN.pdf

- Aouad, G., Theresharova, M., Galev, P. y Bosev, R. (2021). Guía para la verificación de datos en el entorno digital. Asociación de Periodistas Europeos-Bulgaria. https://aej-bulgaria.org/wp-content/uploads/2021/04/%D0%9F%D1%8A%D1%82%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB-%D0%B7%D0%B0-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%BA%D0%B0-%D0%BD %D0%B0-%D1%84%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8-%D0%B2-%D0%B4%D0%B8%D0%B3%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%BD%D0%B0-%D1%81%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B0-2021-%D0%B4%D0%BE%D0%BF%D1%8A%D0%BB%D0%BD%D0%B5%D0%BD.pdf

- Marchev, G. y Tulechki, N. (2023). Guía de verificación de hechos. FactCheck.bg. https://factcheck.bg/wp-content/uploads/2023/05/Fact-checking-bg-Guide.pdf

REFERENCIAS

ACTIVIDAD 4 - Mapa de ruta digital: navegando por el ruido

- Vuorikari, R., Kluzer, S. y Punie, Y. (2022). DigComp 2.2: El marco de competencias digitales para la ciudadanía – Con nuevos ejemplos de conocimientos, habilidades y actitudes (EUR 31006 EN). Oficina de Publicaciones de la Unión Europea. https://doi.org/10.2760/115376

- Comisión Europea. (11 de febrero de 2021). Personas en el marco del Plan Maestro de la Asociación Europea para el Envejecimiento Activo y Saludable (EIP on AHA) [Hoja informativa]. Acción de Coordinación y Apoyo (CSA) WE4AHA 2017-2020. https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/personas-under-blueprint-european-partnership-active-and-healthy-ageing-eip-aha

- Gibbons, S. (9 de diciembre de 2018). Introducción al mapeo de la experiencia del usuario. Nielsen Norman Group. https://www.nngroup.com/articles/journey-mapping-101/

ACTIVIDAD 5 - Burbujas de filtro: rompe la burbuja

- Pariser, E. (marzo de 2011). Cuidado con las "burbujas de filtro" en línea. [Vídeo]. TED. https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles

ACTIVIDAD 6 - Detectar deepfakes

- Chesney, R., y Citron, D. (2019). Deep Fakes: Un desafío inminente para la privacidad, la democracia y la seguridad nacional. California Law Review, 107(6), 1753–1819. https://doi.org/10.2139/ssrn.3213954

- Freedom Forum. (s.f.). Cómo detectar un deepfake. https://www.freedomforum.org/how-to-spot-a-deepfake/

REFERENCIAS

ACTIVIDAD 7 - Impactos de la IA: reescribir las noticias

- Mahadevan, A. (10 de abril de 2024). La IA ya está transformando las redacciones, según un estudio de AP, Poynter. https://www.poynter.org/ethics-trust/2024/artificial-intelligence-transforming-journalism/

- Case, N. (abril de 2024). Seguridad de la IA para humanos de carne y hueso, Hack Club. https://aisafety.dance/

- Comité Directivo sobre Medios de Comunicación y Sociedad de la Información (CDMSI), Consejo de Europa (30 de noviembre de 2023). https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/-/guidelines-on-the-responsible-implementation-of-artificial-intelligence-ai-systems-in-journalism

ACTIVIDAD 8 - Algoritmos: ¿quién es visto?

- Ross Arguedas, A. (2025). «Cómo perciben las audiencias la personalización de noticias en la era de la IA», Capítulo 2.3, Informe de Noticias Digitales 2025, Instituto Reuters para el Estudio del Periodismo. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2025-06/Digital_News-Report_2025.pdf?utm_source=substack&utm_medium=email

- Laboratorio de Exposición (abril de 2020). https://thesocialdilemma.com/

- IREX Alfabetización Mediática en los Países Bálticos (6 de julio de 2022). Las redes sociales como fuente de noticias. Curso en línea altamente verificado sobre alfabetización mediática. https://www.youtube.com/watch?v=yzgLvTy17co&ab_channel=IREXMediaLiteracyintheBaltics

ACTIVIDAD 10 - Más allá del píxel: identidad de género en los videojuegos

- https://annapurnainteractive.com/en/games/florence

- https://www.tellmewhygame.com/

- https://lifeisstrange.square-enix-games.com/en-us/games/life-is-strange-true-colors

https://pixelmedia-project.eu/

Pixel Media

Cofinanciado por la Unión Europea

Este manual de actividades tiene como objetivo servir de guía práctica para que los educadores incorporen de forma efectiva la educación en alfabetización mediática y el videojuego de nuestro proyecto en sus prácticas. El proyecto «Pixel Media: Videojuego para desarrollar la alfabetización mediática» (CREA-CROSS-2024-MEDIALITERACY 101186931) ha sido cofinanciado por la Unión Europea. No obstante, las opiniones expresadas son responsabilidad exclusiva de los autores y no reflejan necesariamente las de la Unión Europea ni las de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA se hacen responsables de ellas.

Esta obra está bajo licencia Creative Commons Atribución-Licencia internacional NoComercial-SinDerivadas 4.0.
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

YuzuPulse LogoPsyCom RINOVA innovar, crear & regenerar PENS ALMA MATER STUDIORUM UNIVERSITÀ DI BOLOGNA ΦΠΚΟ FECE