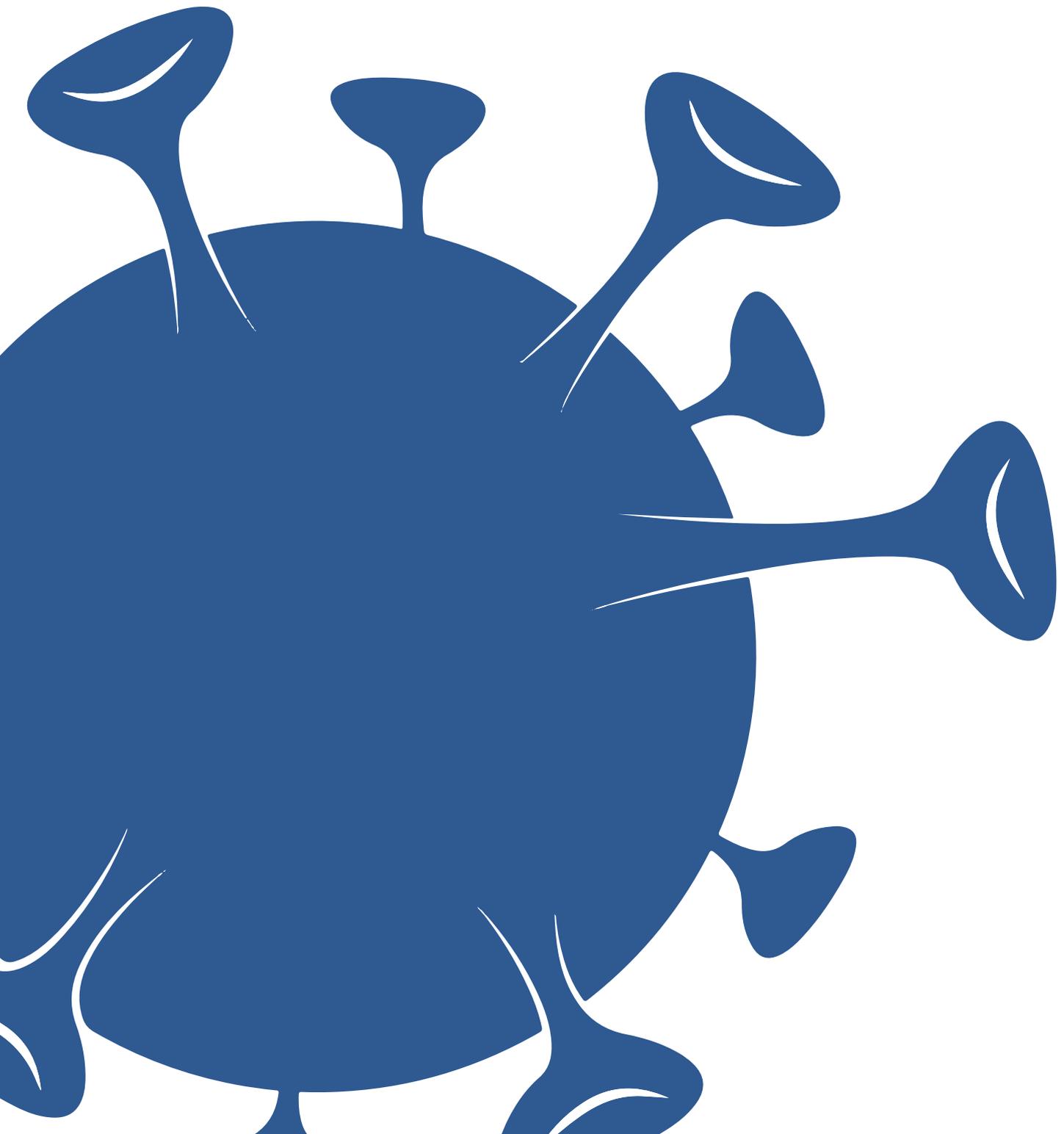


# #NoDESinformación

una propuesta didáctica para Educación Secundaria



# **#NoDESinformación, una propuesta didáctica para Educación Secundaria**

Martha R. Villabona García

Catálogo de publicaciones del Ministerio: <https://sede.educacion.gob.es/publivena/inicio.action>  
Catálogo general de publicaciones oficiales: <https://cpage.mpr.gob.es/>

Edición 2021

Título de la obra

*#NoDESinformación, una propuesta didáctica para Educación Secundaria*

El Ministerio de Educación y Formación Profesional no se responsabiliza del contenido vertido en esta publicación, sino que son los autores los únicos responsables

Ilustraciones de Pablo Asensio Duarte



MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN  
PROFESIONAL

Edita:

© Subdirección General de Atención al Ciudadano,  
Documentación y Publicaciones

© De los textos:

NIPO: 847-21-004-4

Maquetación: Negra



Esta propuesta didáctica se presenta como un material de trabajo para el aula con la finalidad de abordar la lucha contra la desinformación en general y, en particular, aquella que está relacionada con la COVID-19. El contenido que se explica en este material está dirigido a todo el alumnado de Educación Secundaria.

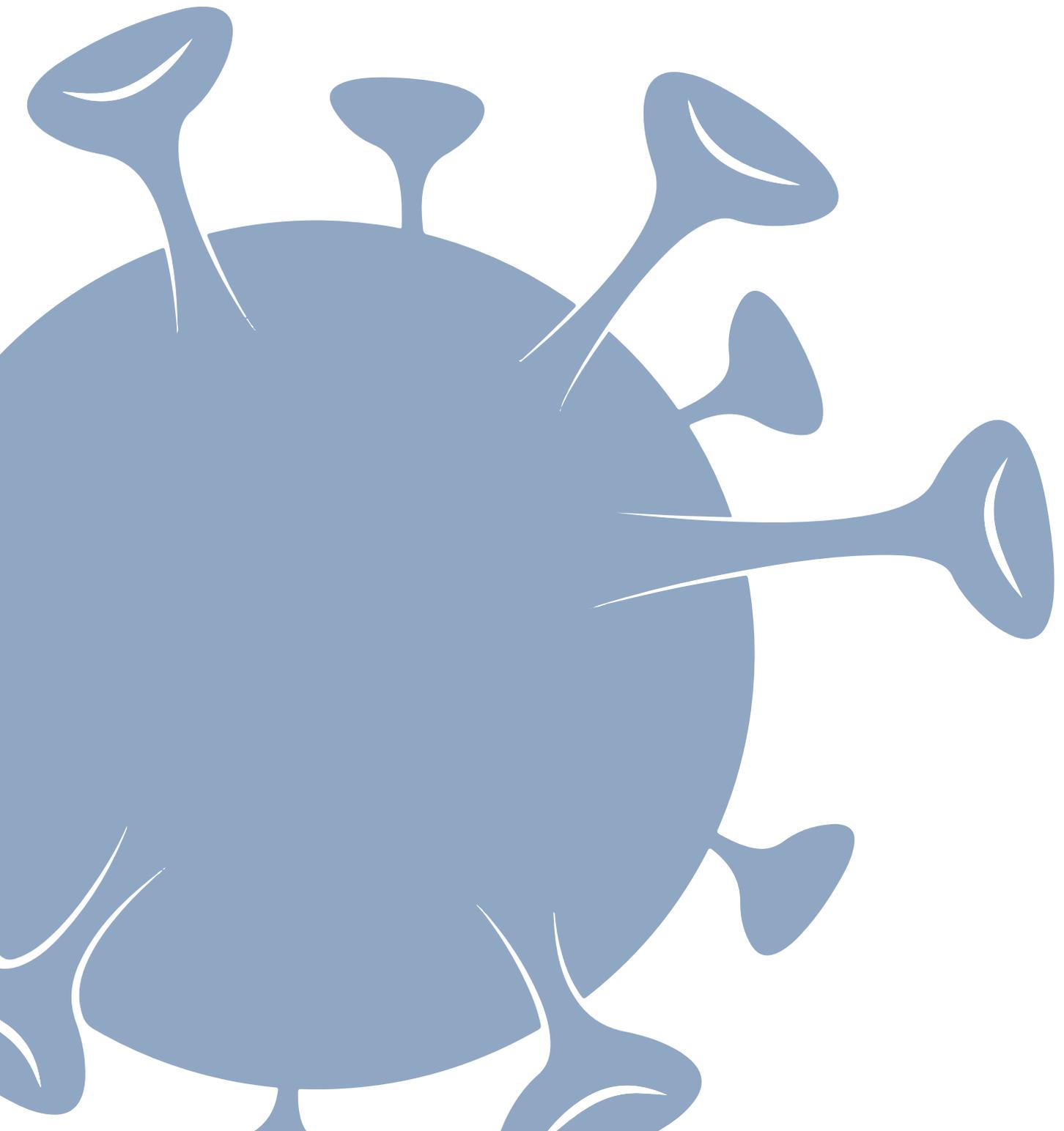
El material didáctico que se presenta a continuación es complementado por un vídeo, disponible en [https://www.youtube.com/watch?v=3VgGBvsz28M&feature=emb\\_logo](https://www.youtube.com/watch?v=3VgGBvsz28M&feature=emb_logo)



# ÍNDICE

<b>1. OBJETIVOS</b> .....	<b>6</b>
<b>2. COMPETENCIAS</b> .....	<b>8</b>
<b>3. CONTENIDOS</b> .....	<b>10</b>
Para docentes .....	11
<i>Sobre la desinformación, las «fake news» y los bulos</i> .....	11
<i>Sobre la alfabetización mediática e informacional</i> .....	11
Para el alumnado .....	14
<i>Claves</i> .....	16
<b>4. ACTIVIDADES</b> .....	<b>22</b>
<b>5. MÁS INFORMACIÓN</b> .....	<b>28</b>

## 1. OBJETIVOS





Comprender el fenómeno de la desinformación y sus consecuencias en el contexto actual de crisis sanitaria originada por la COVID-19.



Promover la alfabetización mediática e informacional en las aulas de Educación Secundaria como una de las medidas para luchar contra la desinformación.

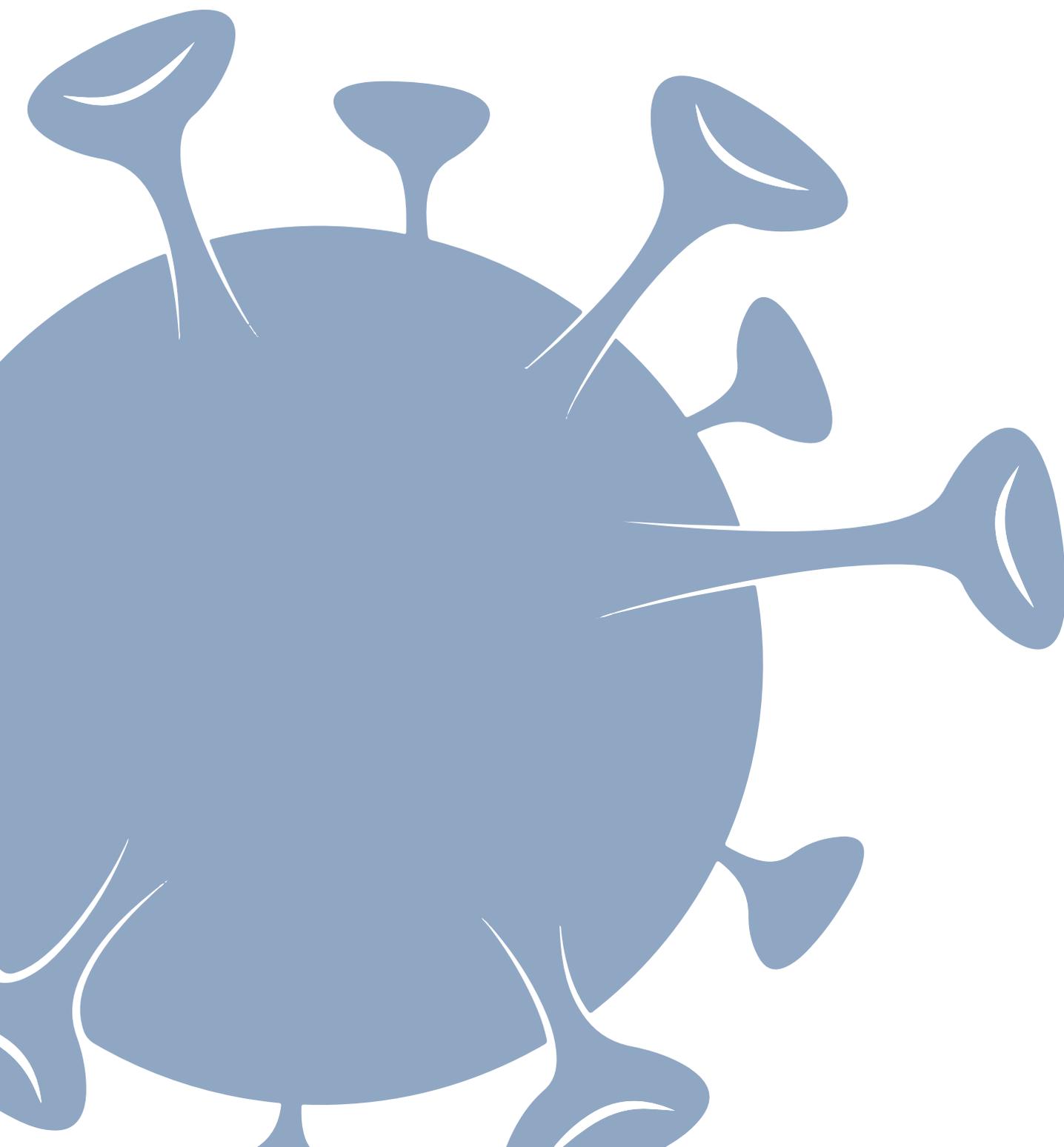


Adquirir habilidades que permiten distinguir y utilizar distintos tipos de fuentes, buscar, recopilar y procesar información, utilizar herramientas de ayuda, así como formular y expresar los propios argumentos orales y escritos de una manera convincente y adecuada al contexto.



Fomentar el pensamiento crítico y la habilidad para evaluar y trabajar con la información.

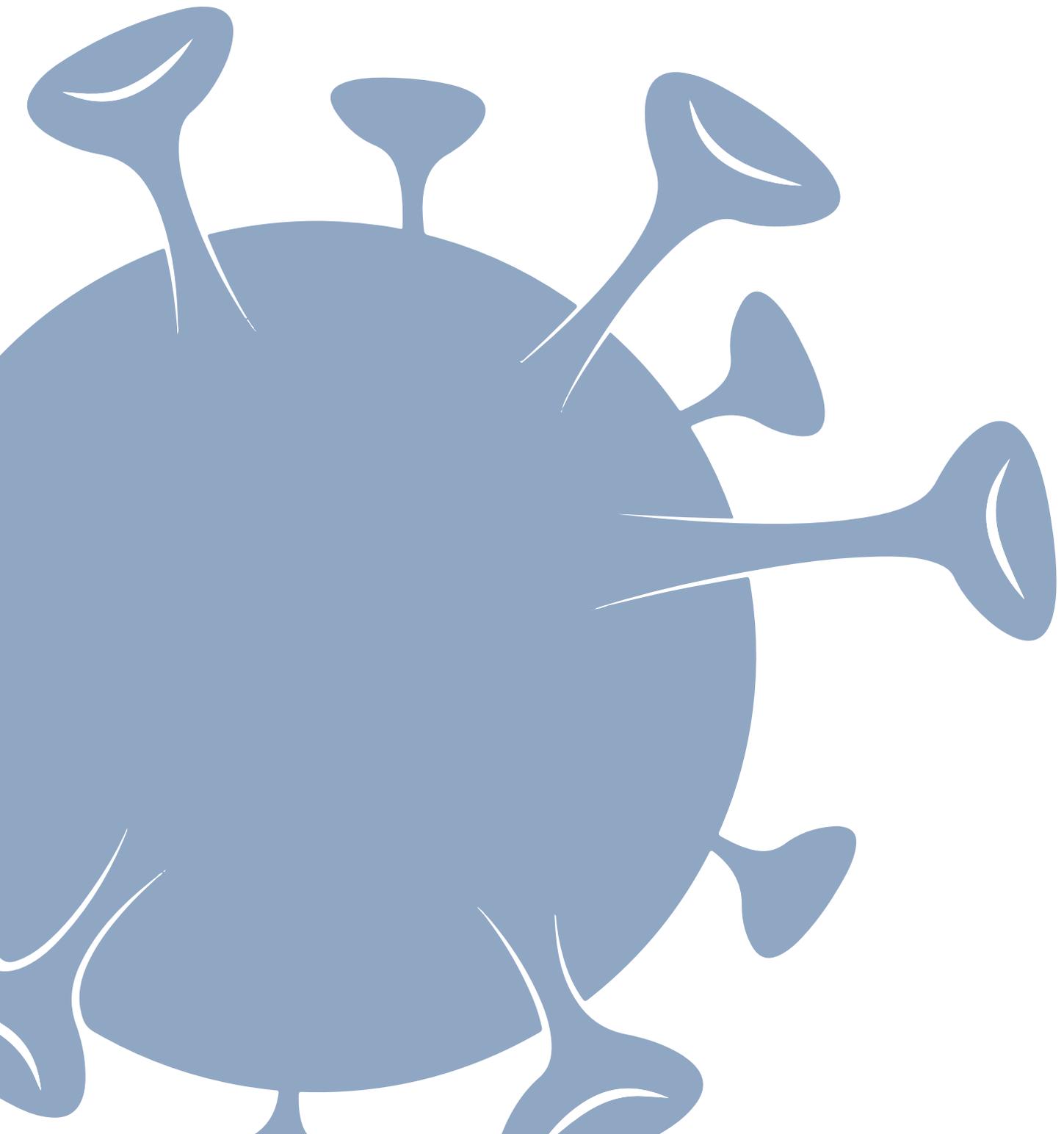
## 2. COMPETENCIAS





Las competencias que desarrollará el alumnado con este material están relacionadas con la lectura y la escritura y las capacidades de comunicación oral y escrita, así como con una actitud positiva hacia un diálogo crítico y constructivo. Igualmente, el alumnado adquirirá capacidades relacionadas con la competencia digital, la ciudadanía activa, creativa y emprendedora, así como con la competencia personal, social y de aprender a aprender.

### 3. CONTENIDOS





## 3.1. Para docentes

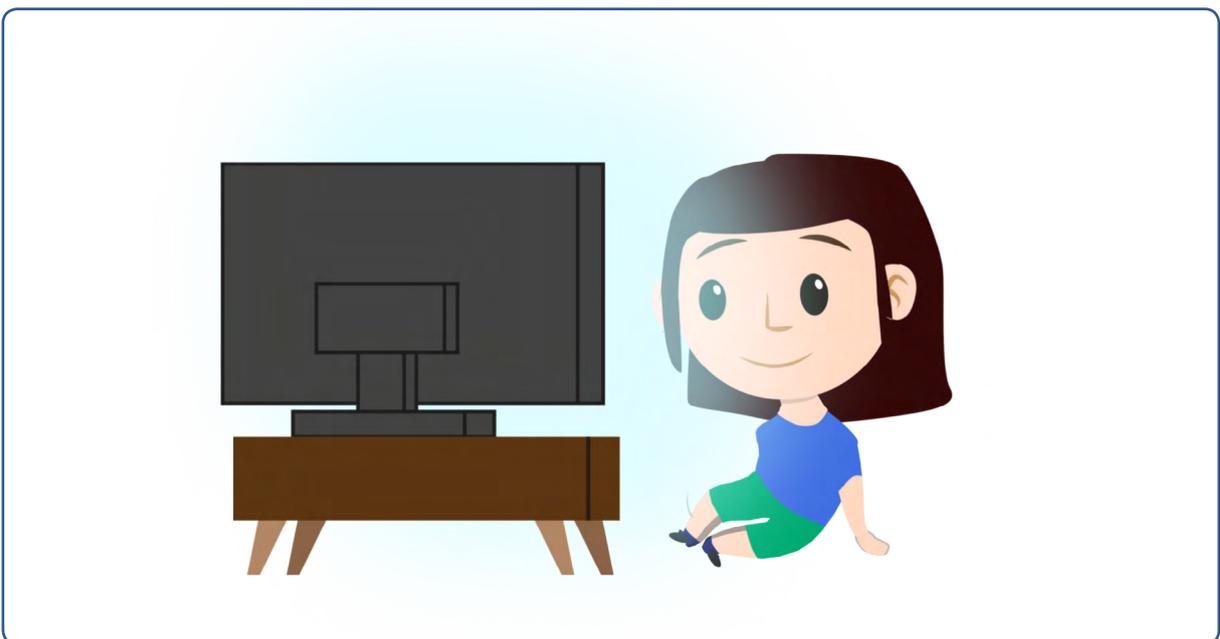
### Sobre la desinformación, las *fake news* y los bulos

Seguro que has escuchado el término *fake news*. Se popularizó en 2016 cuando el candidato a presidente de Estados Unidos, Donald Trump, lo empleó para acusar a un medio de comunicación de emitir *fake news* sobre él. En realidad, no eran noticias falsas, sino que, como al futuro presidente no le agradaban, empezó a llamarlas de esa manera. Debido a la confusión que puede originar el término, instituciones como la Unión Europea prefieren el término *desinformación* para denominar a aquella información errónea o engañosa que surge de forma intencionadamente falsa. En la lengua española popular hay un término que te resultará familiar, *bulo*: una noticia falsa propagada con algún fin.

La pandemia que estamos viviendo también ha hecho resurgir otro concepto: *infodemia*. Como afirmó la Organización Mundial de la Salud en febrero de 2020, no solo debemos enfrentarnos al virus, sino también a la infodemia, término que usa dicha organización para referirse a la abundancia de información sobre una epidemia (en este caso pandemia) y que puede ser correcta o no. Que exista mucha información hace que no se distinga ni sea visible la información correcta, por ello es necesario conocer estrategias y adquirir habilidades para reconocer la información falsa y no contribuir a su difusión en las redes sociales y otros medios de comunicación.

### Sobre la alfabetización mediática e informacional

Adultos y jóvenes vemos, leemos y escuchamos información de los medios de comunicación y de las redes sociales que muchas veces compartimos con nuestros familiares, amigos y conocidos. Incluso creamos nueva información con diferentes fines: artísticos, irónicos, humorístico, etc., que también compartimos.





Entre tanta información podemos tener dificultad para distinguir la información verdadera de la que no lo es. Una de las herramientas que nos puede ayudar a localizar esa información falsa es la alfabetización mediática, que consiste en educar *en y para* los medios y las redes sociales, a través de una actitud crítica hacia la información que consumimos y una autonomía y responsabilidad de la información que producimos. Actualmente, no basta con conocer un medio de comunicación, sino que también es necesario tener las habilidades mediáticas e informativas que se necesitan para desenvolvernó de forma segura y responsable en los medios de comunicación. Las habilidades que desarrolla la alfabetización mediática se centran en:

- Analizar los medios: abarca desde la comprensión de cómo, por qué y con qué fines se construyen los mensajes de los medios hasta la valoración sobre cómo las personas interpretan dichos mensajes, pasando por el conocimiento de aspectos éticos y legales relacionados con el acceso y uso de los medios de comunicación.
- Producir contenido en los medios: abarca la comprensión y uso de las herramientas de creación de contenidos más adecuadas al medio o red social donde se quiere publicar.

Combinar al mismo tiempo el desarrollo de ambas habilidades es una práctica efectiva de la alfabetización mediática.

Cada vez que usamos en el aula una imagen, un fragmento de una película, un vídeo, un audio o un fragmento de noticias se convierte en la mejor oportunidad de involucrar al estudiante en comprender quién y cómo se creó y construyó ese mensaje mediático; a quién va dirigido; qué técnica ha utilizado para informar o persuadir; qué creencias subyacen o qué estereotipos aparecen. Esta alfabetización mediática siempre ha sido necesaria y ahora más que nunca que estamos viviendo una pandemia, ya que recibimos mucha información relacionada con la salud y parte de ella es desinformación.





## Con alfabetización mediática

- Tenemos más capacidad de detectar la propaganda, cuestionar la publicidad, comprender los estereotipos e identificar sus propios sesgos, así como los de los autores.
- Tomamos decisiones de manera informada.
- Tenemos habilidades para ser comunicadores críticos y competentes.
- Sabemos y comprendemos que el contenido de los medios de comunicación se produce dentro de contextos sociales y culturales.
- Usamos una variedad de recursos tecnológicos e informativos (bibliotecas, bases de datos, vídeos, etc.) para recopilar y sintetizar información, así como para crear y comunicar conocimientos.

## Sin alfabetización mediática

- Somos más vulnerables al engaño y a la manipulación.
- No tomamos decisiones de manera informada.
- No somos capaces de expresar una opinión fundamentada.
- Tenemos dificultades para localizar la información en internet. Un ejemplo: no distinguimos los anuncios de Google de los resultados de búsqueda.
- No conocemos recursos eficaces para sintetizar, crear y comunicar información.



### 3.2. Para el alumnado

¿Sabes la diferencia entre los conceptos de desinformación, bulos y *fake news*? Con esta pregunta comenzamos a introducir al alumnado en el tema de la desinformación. A continuación, partiremos de las siguientes afirmaciones básicas que se corresponden, a su vez, con unas preguntas que serán las que se planteen al alumnado cuando hagan las actividades:



1. Todos los mensajes de los medios de comunicación (incluidos las redes sociales) están contruidos.
2. Los mensajes multimedia se construyen utilizando un lenguaje creativo que tiene sus reglas.
3. Las personas interpretan el mismo mensaje de forma diferente.
4. Los medios de comunicación y, en general, quien emite un mensaje con la intención de informar tienen su punto de vista.
5. Muchos mensajes son creados para obtener beneficios o poder.



Las 5 preguntas correspondientes:

1. ¿Quién creó este mensaje?
2. ¿Qué técnicas se utilizan para atraer mi atención?
3. ¿Cómo entenderían otras personas este mensaje?
4. ¿Qué punto de vista aparece o se omite en este mensaje?
5. ¿Por qué se envió este mensaje?



Con la tecnología actual somos capaces de crear publicaciones (textos, imágenes, *podcast*), encontrar respuestas, descubrir cosas, etc. Sin embargo, acceder a la información y crearla no significa tener pensamiento crítico. Para lograrlo, debemos cuestionar la información que recibimos en términos de credibilidad de lo que se nos cuenta; investigar la fiabilidad de la fuente de la información y, por último, ser responsables y autónomos a la hora de difundirla. Es tan fácil darle a un *Me gusta*, *Compartir* o *Enviar*...



## Claves

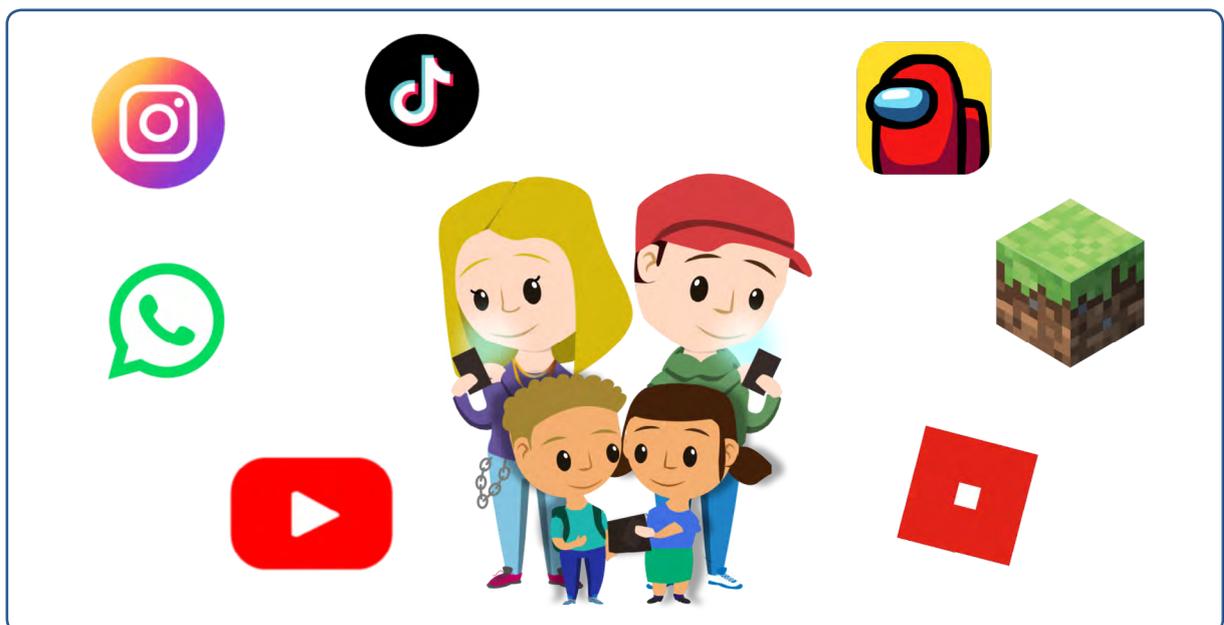
### Leer, creer y compartir noticias, sean falsas o no

Cada red social tiene un objetivo diferente: Facebook y Twitter ofrecen información de la actualidad y de diferentes temas donde la novedad y la velocidad se valoran por encima de la convención y la validación; Instagram es una red donde se comparten imágenes y retransmisiones en directo y se valora la creatividad; TikTok está destinada a crear vídeos usando música o efectos de sonidos (muchos de ellos son graciosos y plantean retos, algunos de ellos peligrosos).

Los usuarios de redes sociales eligen una u otra red según sus intereses, pero también según donde estén sus amigos o las personas de su grupo de edad. Cuando nos llega una noticia, puede convertirse en una oportunidad de establecer una vinculación social; incluso proporciona un sentido de estatus dentro del grupo de compañeros. Es más, si la compartes, crees que te distinguiría del grupo llamando la atención a tus seguidores y a otros que vean tu contenido y lograrías más seguidores en tu cuenta. Sin embargo, ¿compartirías una información que fuera perjudicial, aunque fuese novedosa, sorprendente, increíble? Seguro que no.

### Construcción del mensaje en un medio de comunicación

Los medios de comunicación no solo presentan la realidad, sino que la representan. Es el uso de signos que buscan y toman el lugar de otra cosa. Los productores de medios inevitablemente toman decisiones: seleccionan y combinan,



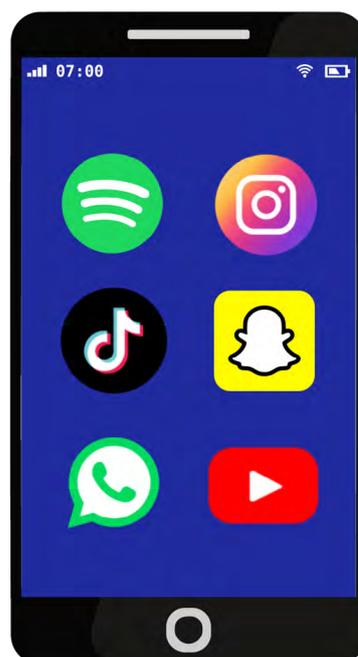


convierten los eventos en historias, crean personajes, nos invitan a ver el mundo de manera particular. Los medios nos ofrecen versiones de la realidad. Nosotros, como público, podemos (y debemos) comparar los medios con nuestras propias experiencias y emitir juicios sobre qué y cómo están contando la información.

En general, los chicos y chicas aumentan su autoestima cuando se ven reflejados positivamente en los medios de comunicación. Por eso, redes sociales como Instagram o TikTok les encantan. Ven a personas y situaciones que viven en su día a día (o que desearían vivir) sin pensar que lo que ven son representaciones de la vida; no saben ni cuántas son reales ni cuáles son experiencias mediadas.

### Selección de noticias

En los medios de comunicación existe un proceso de selección de contenido, o bien porque hay falta de espacio, falta de interés periodístico, o bien porque es un contenido alejado de las áreas que trata el medio en cuestión. Puedes plantear a tu alumnado que documente las noticias de diferentes canales de televisión que se emiten en una noche. Después, en clase, pídeles que realicen una comparación y contraste. ¿Qué historias eran las mismas? ¿Cuáles diferentes? ¿Por qué crees que fue así? Incluso pueden preguntar al editor de noticias qué criterios siguen para decidir qué temas son primordiales en su comunidad. ¿Cómo solicitan los ciudadanos a las cadenas de televisión o periódicos que cubran los problemas o eventos que parecen pasarse por alto?





Igualmente, debemos tener en cuenta que si las personas tendemos a obtener la información de las mismas fuentes que confirman nuestras opiniones, al final no estaremos informados objetivamente. Cuando buscamos una información en internet, acudimos a los navegadores y motores de búsqueda como, por ejemplo, Google. La mayoría asumimos, cuando buscamos una información, que vemos los mismos resultados y que los primeros que aparecen son los que tienen mayor importancia. Sin embargo, esto no es así. Es el buscador el que propone mejores resultados para ti. Esto supone que los motores de búsqueda no contribuyen a que cambies de opinión, ya que te ofrecen una información personalizada, basada en lo que buscas y recibes normalmente. Este fenómeno se llama *burbuja de filtro*. El extremo de esta burbuja es la cámara de eco que se produce cuando estás constantemente expuesto a la misma información y se refuerzan y amplifican tus creencias sin que exista una información que la contrarreste. En las actividades podréis ver un vídeo en el que se explica cómo funcionan los motores de búsqueda cuando realizas una consulta.

## Sesgos

Cada vez más, debido a la producción digital y al consumo móvil de noticias, las personas no leen un periódico completo ojeando las diferentes secciones. Actualmente, dicho consumo es fraccionado y las noticias se pueden compartir más fácilmente a través de las redes sociales. ¿Sabes cuáles son las noticias que más compartimos? Aquellas que se centran más en nuestra perspectiva política o social. A esta tendencia de buscar, interpretar y difundir la información que confirma nuestras creencias se le denomina *sesgo de confirmación*.

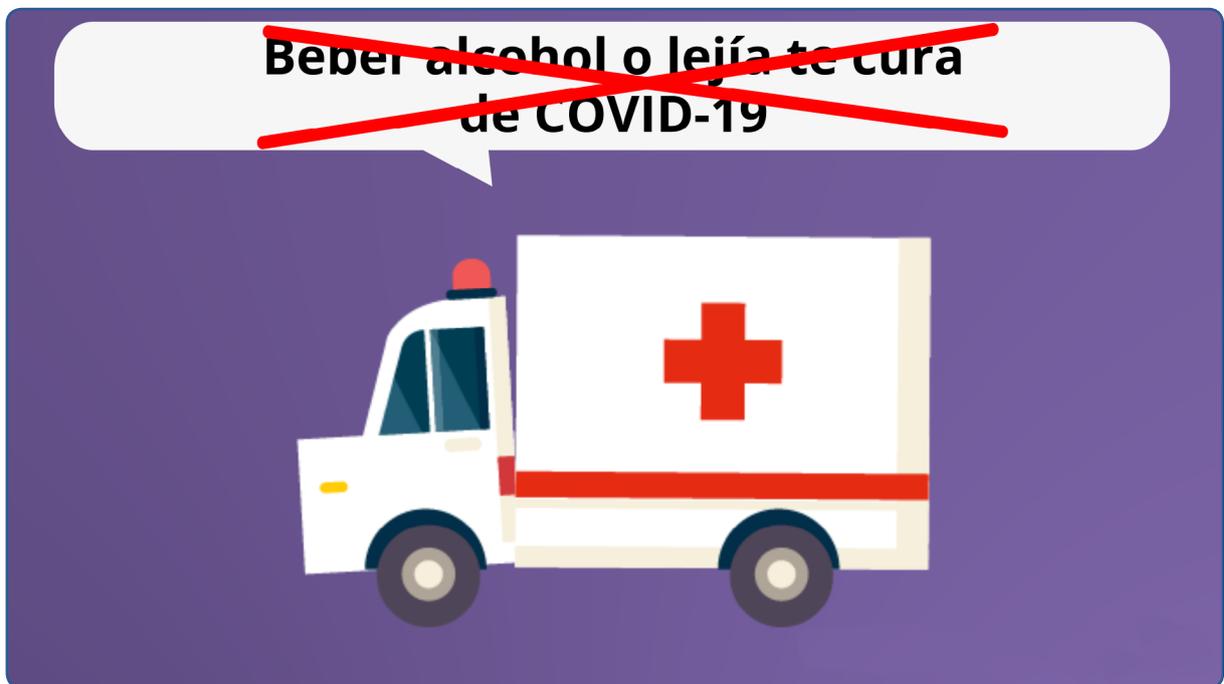
Todos poseemos un sesgo de confirmación que tiende a hacernos menos críticos y más propensos a creer noticias e información que apoyan o confirman nuestras opiniones y creencias preexistentes. Puede aparecer en nosotros, pero también en aquellos creadores de textos o imágenes que presentan valores particulares como si fueran universales. Por ejemplo, existen medios de comunicación y personas del ámbito público que realizan una selección de historias en sus redes sociales para establecer una pauta cultural y dar forma a un discurso social o político. Un ejemplo son algunos personajes famosos (por ejemplo, cantantes) que cuentan con un gran número de seguidores en sus redes sociales y que se han convertido en líderes del movimiento antivacuna.

Cuando leemos o vemos una información que no coincide con lo que pensamos, nos provoca malestar psicológico y para evitarlo buscamos información que confirme que lo que pensamos está bien y es lo correcto, así no entramos con



conflicto con nosotros mismos. Este fenómeno es conocido como la *teoría de la disonancia cognitiva*.

Para evitar el sesgo de confirmación existen mecanismos como aportar contexto (o más contexto) a la información que recibimos o comprobar que el titular de la noticia sea coherente con lo que cuenta el cuerpo de la noticia. Seguro que conoces el *clickbait* o los titulares engañosos que buscan que «piques el anzuelo» para acceder a la noticia. Más de una vez habrás pinchado en el enlace y habrás visto que no tiene nada que ver con lo que dice el titular. Incluso ni habrás accedido a la noticia y la habrás compartido directamente sin saber lo que contiene.



### Identificación de una información en la que se pueda confiar

La mayoría de las personas se sienten cómodas reenviando los artículos que amigos y amigas les han enviado porque confían en lo que han recibido. Precisamente, esta es una de las causas de que la desinformación circule rápidamente por la red. Por ello, desde hace unos años existen sitios web que comprueban si una información es verdadera o falsa. Son repositorios de archivos de noticias, afirmaciones o imágenes que se han comprobado y calificado como verdaderas o falsas. Estos sitios web son verificadores de noticias. Por ejemplo,



uno de ellos es Maldita.es: <https://maldita.es/nosotros-maldita> Igualmente, hay instituciones y personas expertas que desmienten una información falsa. En la actualidad, aunque la información política es la que más se comprueba, la relacionada con la ciencia ha aumentado sus verificaciones debido a la pandemia originada por la COVID-19, ya que pone en peligro la vida de las personas. Una desinformación viral que tuvo consecuencias negativas para las personas que la creyeron fue «El MMS (Miracle Mineral Solution) cura la COVID-19». Es decir, que consumir por vía oral MMS (soluciones de dióxido de cloro) previene o cura la COVID-19. Leed cómo las instituciones y los verificadores desmienten estas noticias:

- La Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios, agencia adscrita al Ministerio de Sanidad, desmintió esa información en su página web: <https://www.aemps.gob.es/informa/notas-informativas/medicamentos-uso-humano-3/2020-medicamentos-uso-humano-3/la-aemps-advierte-de-los-riesgos-graves-para-la-salud-por-el-consumo-de-dioxido-de-cloro-o-mms/>
- Maldita.es, verificador de noticias en la web, desmonta esa información: <https://maldita.es/malditaciencia/20201227/mms-cds-diario-de-mallorca-covid-19/>

Como has visto, el papel de la Agencia y del verificador es ser exhaustivo y mostrar las evidencias que niegan lo que se afirma en la noticia falsa.

Por esta razón, aconsejamos seguir las cuentas de redes sociales de instituciones, verificadores de noticias y personas expertas que te pueden decir lo que es falso, sobre todo, lo que esté relacionado con temas de salud y, en general, con aquello que pueda dañar física o psicológicamente a las personas. Facilitan que tengas que hacerlo tú, ya que no es eficaz ni práctico examinar toda la información que recibes al día.

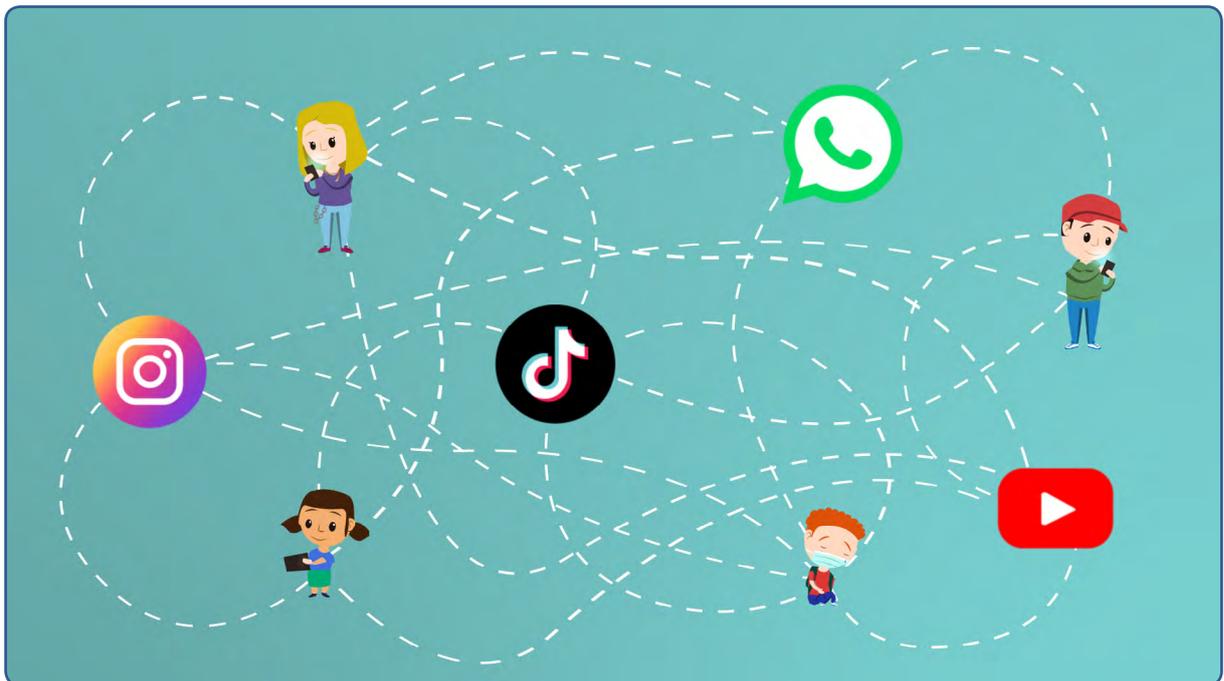
## ¡Un trol está aquí!

En los foros de Internet y en las redes sociales se puede encontrar un tipo de usuario que publica mensajes provocativos para molestar, tener protagonismo o boicotear una conversación. A este usuario se le llama *trol*. Cuando este difunde una información engañosa o falsa, hay personas corrientes que entran en su juego, bien respondiéndole, bien compartiendo, sin mala intención, su información. Seguro que, en algún momento, os habéis cruzado con alguien así. Si te lo encuentras, es preferible ignorarlo.



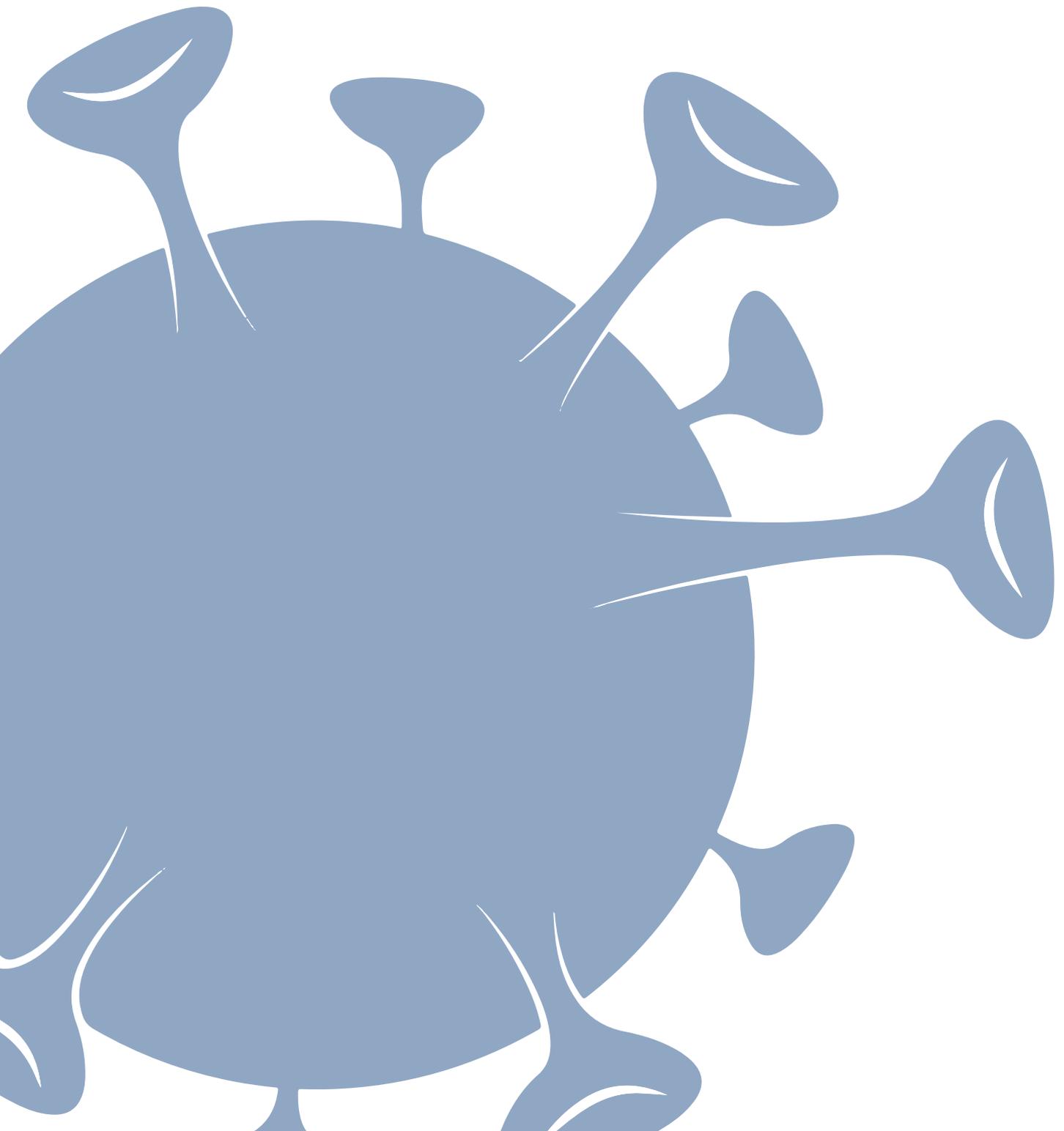
## Emoción y desinformación

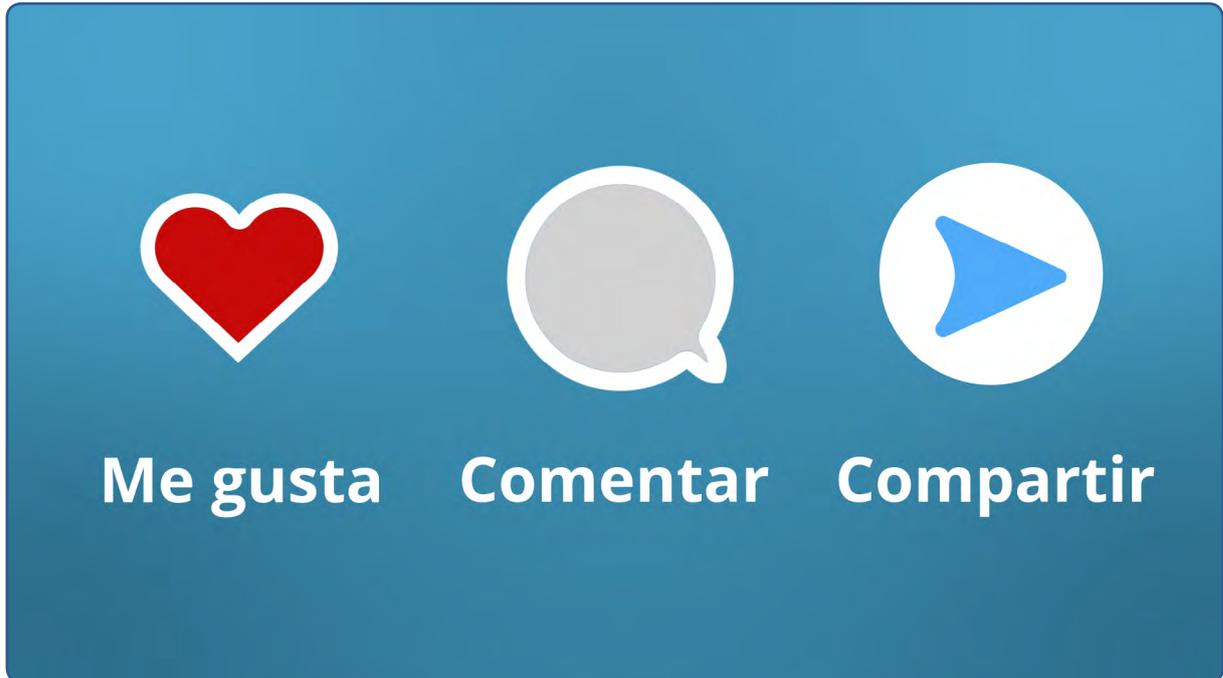
Muchas veces no tenemos los suficientes conocimientos para saber si la información que recibimos es correcta o incorrecta, pero podemos sentir diferentes emociones como miedo, tristeza, alegría o enfado, que hacen que creamos una información y la compartamos. La investigación demuestra que parte del éxito de las noticias falsas está en su capacidad para aprovecharse de nuestras emociones. La falsedad provoca mayor sorpresa y la asociamos con novedad. Y lo que más nos gusta es poseer y compartir una información novedosa.



¡Pasamos a las actividades!

## 4. ACTIVIDADES





Las actividades que se presentan a continuación están enlazadas a sitios web o a aplicaciones para que los/las estudiantes trabajen con información auténtica que se pueden encontrar en cualquier momento. Igualmente, te animamos a que aproveches la cultura popular y el conocimiento que tienen los alumnos y alumnas de los medios y plataformas digitales para que los incorpores al proceso de enseñanza-aprendizaje, valores sus medios y establezcas conexiones de aprendizaje. Asimismo, estima los tiempos. Nuestra propuesta son dos sesiones, pero sabemos que la temporalización depende de otros factores.

## 1 Piensa antes de compartir

Seguro que alguna vez has dado al botón de «Me gusta», «Compartir» o «Enviar» antes de pensar si el contenido (texto o imagen) es verdadero. Seguro que aquel contenido que te ha resultado más novedoso e impactante es el que tiene uno de tus *likes*. Los humanos somos seres sociales y nos encanta expresar nuestras emociones y hacerlas saber a los demás. El problema surge si, con tu reenvío o tu *like*, contribuyes a difundir una información falsa que pueda perjudicar a otras personas. Por ello, te planteamos estas actividades relacionadas con la COVID-19 para PENSAR ANTES DE COMPARTIR.

### En primer lugar

1. Reflexiona sobre cómo compruebas que una imagen que te ha llegado por redes sociales y que te gustaría compartir es verdadera. Si nunca has



verificado, plantéate por qué. Comparte tus reflexiones con los compañeros.

2. Según lo que te ha explicado tu profesor o profesora, aplica las estrategias en este cuestionario para comprobar que una información es falsa:

A. Las siguientes informaciones han aparecido en internet. Dos de ellas son falsas y la otra, no. Utiliza las estrategias de investigación para identificar la historia verdadera. Documenta tu trabajo:

- Accede a este vídeo en YouTube:  
[https://www.youtube.com/watch?v=EpIH8zNekks&feature=emb\\_logo](https://www.youtube.com/watch?v=EpIH8zNekks&feature=emb_logo)  
y escucha lo que dice el hombre desde el minuto 22:40 hasta el 25:30.

- ¿Verdadero o falso?
- ¿Qué pruebas tienes para apoyar tu propuesta?

- Accede a este post de Instagram:  
[https://www.instagram.com/tv/CJUL\\_6YIDQI/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/tv/CJUL_6YIDQI/?utm_source=ig_web_copy_link)

- ¿Verdadero o falso?
- ¿Qué pruebas tienes para apoyar tu respuesta?

- Accede a esta página web:  
<https://www.mscbs.gob.es/gabinete/notasPrensa.do?id=5178>

- ¿Verdadero o falso?
- ¿Qué pruebas tienes para apoyar tu respuesta?

B. Los memes son textos, imágenes, vídeos o una combinación de estos formatos que, por lo general, expresan una realidad caricaturesca con un fin humorístico y que se difunde rápidamente por internet. Los memes que se ofrecen a continuación se han hecho virales en internet. Uno de ellos es cierto y el resto no. Utiliza las estrategias que has aprendido y también el sentido común para identificar el meme verdadero. Documenta tu trabajo.

- Investiga qué es una *escape room* y luego explica el significado de la imagen que aparece en este tuit:  
<https://twitter.com/TaboadaLucia/status/1314160073502064640?s=20>



- o ¿Verdadero o falso?
  - o ¿Cuál es la intención de la imagen?
  - o ¿Engañarnos?
  - o ¿Por qué?
  
- Araceli salió en todos los medios de comunicación porque fue la primera persona que se vacunó en España contra la COVID-19. Observa la imagen que aparece en este tuit:  
<https://twitter.com/CarlWinslou/status/1343169868296806401?s=20>
  - o ¿Verdadero o falso?
  - o ¿Cuál es la intención de la imagen?
  - o ¿Engañarnos?
  - o ¿Por qué?
  
- Fíjate en quién emite este tuit y qué se dice en él:  
<https://twitter.com/CoronaVid19/status/1332791794724167682?s=20>
  - o ¿Verdadero o falso?
  - o ¿Cuál es la intención del que emite el mensaje?
  - o ¿Engañarnos?
  - o ¿Por qué?



### En segundo lugar

Después de lo que has analizado ¿vas a pensar antes de compartir? ¿Crees que es importante comprobar los mensajes de alguien a quien sigues? ¿Hay alguna diferencia cuando una información es publicada por alguien al que realmente conocéis (un amigo o un familiar)? El profesor o profesora establece un debate en clase a partir de estas preguntas.



## 2 Sal de tu burbuja

Antes de realizar la actividad que se propone a continuación, mira este vídeo: [https://www.youtube.com/watch?v=LVV\\_93mBfSU&feature=emb\\_logo](https://www.youtube.com/watch?v=LVV_93mBfSU&feature=emb_logo)

Todos usamos cada vez más motores de búsqueda para investigar, conocer y aprender sobre un determinado tema. Por ello, es importante que entendamos cómo funcionan estas herramientas tan presentes en nuestras vidas. A continuación, te damos unos consejos:

### Consejos para iniciar una búsqueda

- Los navegadores rastrean los historiales de búsqueda. Elimina las cookies y la caché del navegador para lograr un resultado sin filtros.
- Usa diferentes navegadores y verás diferentes resultados de la misma búsqueda. Ejemplos: Google Chrome, Firefox, Safari, Opera, etc.
- La ubicación desde donde realizas la búsqueda influye en los resultados. Algunas veces es bueno tener activada la ubicación si vas a realizar una búsqueda relacionada con tu entorno físico próximo, pero otras veces, no.
- Atento y atenta a los primeros resultados de tu búsqueda, pueden ser anuncios.

### Consejos para salir de tus creencias

- Considera e investiga los puntos de vista de otras personas.
- Genera conversaciones con personas que pueden tener diferentes opiniones sobre el tema.
- Considera el tema desde la posición contraria. Ponte en su lugar, empatiza.
- No hagas suposiciones sobre lo que otros piensan.
- Imagina los beneficios de otros puntos de vista.



¡Empezamos la actividad!

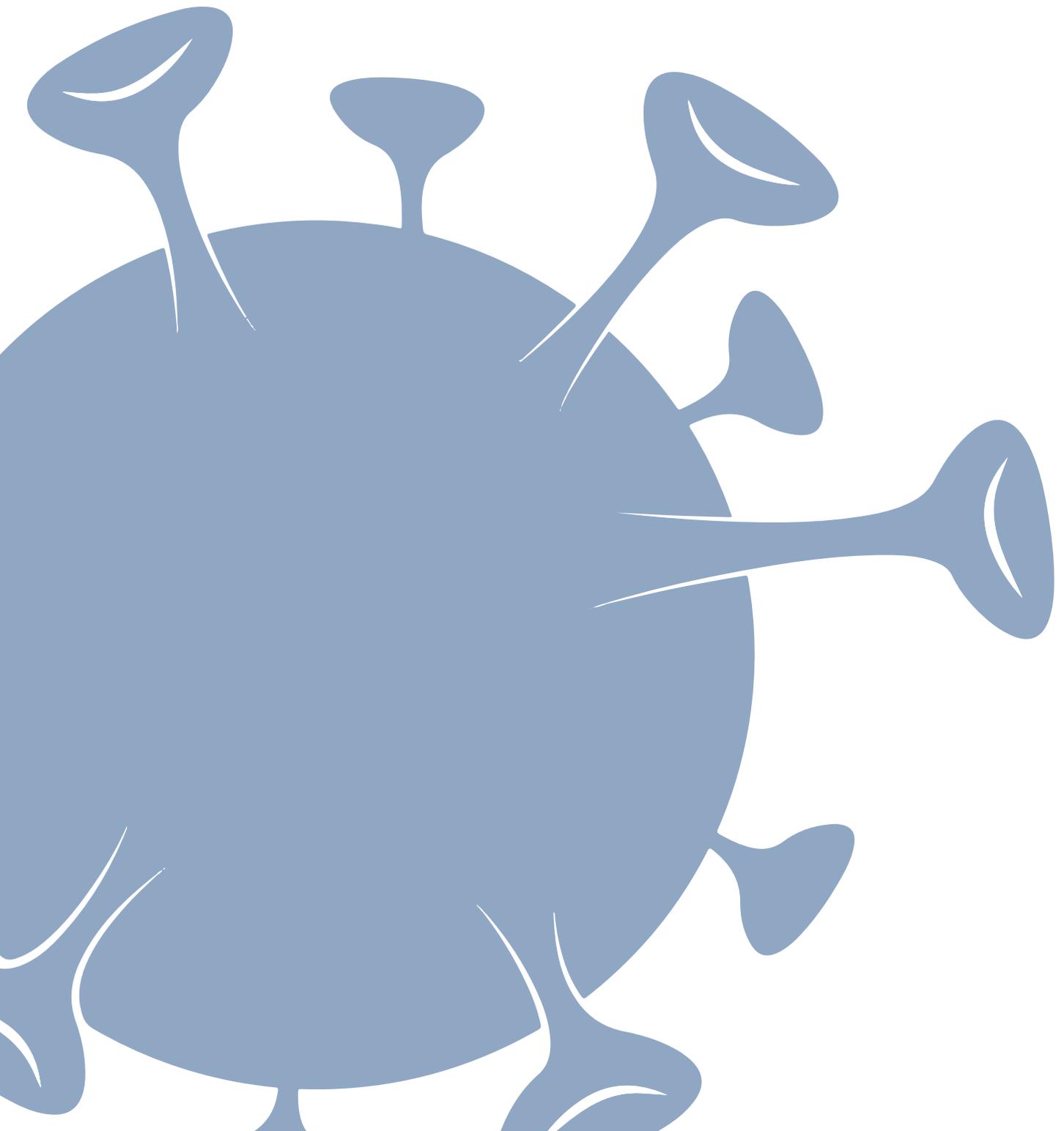
Dividimos la clase en grupos de tres o cuatro personas. Se establecerán grupos que analicen las noticias de los medios de comunicación (radio, televisión y prensa) y de las redes sociales. Cada persona del grupo va a **investigar** qué noticias se publican en medios de comunicación distintos o en las diferentes redes sociales. El profesor o la profesora os explicará los horarios de los noticieros, por si no sabéis a qué hora se emiten. Igualmente, os facilitará distintas páginas web de periódicos digitales. No estaría mal que compraseis un periódico impreso.

**Anotad** qué y cómo se cuentan las noticias relacionadas con el coronavirus y cuántas se relacionan con la política. ¿Qué intención tiene este tipo de noticias? Las que se relacionen con la política ¿en qué ponen más énfasis, en el tema salud o en el tema político? ¿Os parece correcto mezclar la política con la salud?

**Haced** con vuestro grupo **una puesta en común** de las noticias que habéis analizado y **sacad conclusiones**. Después las contaréis al resto de grupos. ¿Coincidís en las conclusiones? ¿Las redes sociales cuentan los mismo que los medios de comunicación tradicionales? ¿Qué medio usaríais para estar informados? ¿Y canales? El profesor o profesora establece un debate en clase a partir de estas preguntas.

Recordad los consejos. Lo más importante es que podáis tomar decisiones de manera informada, no manipulada.

## 5. MÁS INFORMACIÓN





Asegura TIC:

<https://intef.es/aseguratic/>

página web propuesta por el Ministerio de Educación y Formación Profesional en colaboración con otras entidades que trabajan por la seguridad de los menores en internet. Podrás encontrar temas y recursos relacionados con la desinformación y la alfabetización mediática.



The Social Dilemma:

<https://www.thesocialdilemma.com/>

página web en la que podrás encontrar el acceso al documental del mismo nombre y a recursos textuales y audiovisuales que te harán reflexionar sobre lo que implica usar las redes sociales y plataformas digitales.



Organización mundial de la Salud: Mitos y hechos comprobados acerca de la COVID-19:

<https://www.who.int/es/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/myth-busters>



Centro de Control y Prevención de Enfermedades de Estados Unidos:

Hechos comprobados sobre las vacunas COVID-19:

<https://espanol.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/vaccines/facts.html>

