



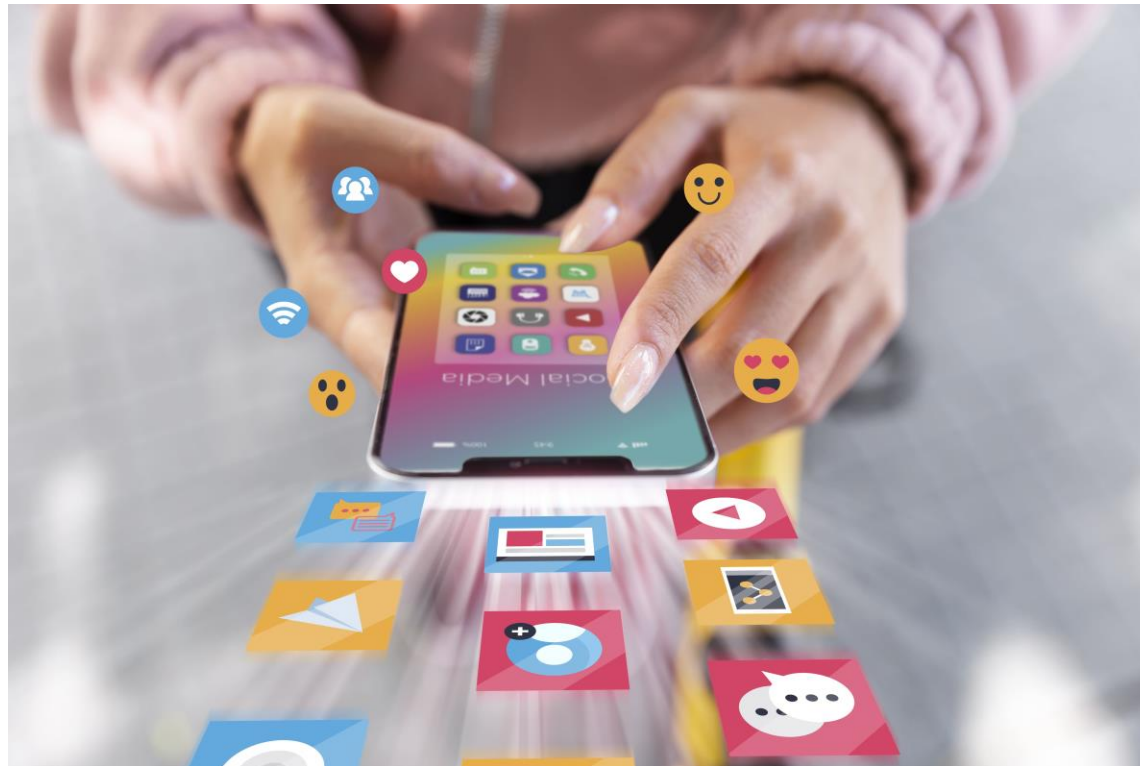
DESINFORMACIÓN 1

¿QUÉ HAREMOS EN ESTA HORA?

- ¿Por qué pasamos tanto tiempo delante de la pantalla? (10 min)
- Comparamos nuestras burbujas (10 min)
- Youtube y el clickbait (15 minutos)
- Hablamos y debatimos (20 min)



¿POR QUÉ CREÉIS QUE LA GENTE PASA TANTO TIEMPO DELANTE DE LA PANTALLA?

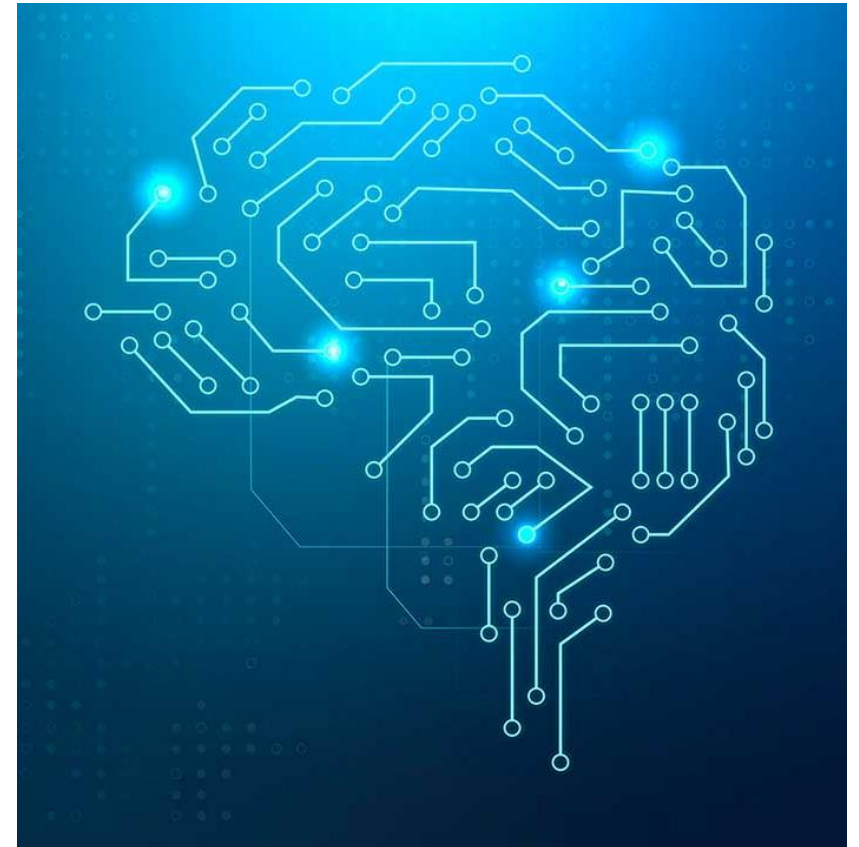


¿POR QUÉ CREÉIS QUE LA GENTE PASA TANTO TIEMPO DELANTE DE LA PANTALLA?

- Porque están llenos de **colores, movimiento y estímulos llamativos**.
 - Porque muestran **imágenes y vídeos** que captan la atención al instante.
 - Porque siempre hay **variedad**: nunca sabes qué será lo próximo.
 - Porque ofrecen **inmediatez**: todo es rápido, fácil y disponible al momento.
 - Porque siempre aparece algo **nuevo**, y a nuestro cerebro le encanta la novedad.
 - Porque el **algoritmo** nos enseña **exactamente lo que nos atrae** para mantenernos más tiempo conectados.
-

¿QUÉ HACE UN ALGORITMO DE RECOMENDACIÓN?

- Decide **qué contenido aparece** primero en tu pantalla.
- Analiza lo que te gusta:
 - Lo que miras más tiempo.
 - Lo que das “me gusta”.
 - Lo que compartes y comentas.
- Su objetivo: **mantenerte el mayor tiempo posible dentro de la plataforma.**
- No distingue entre verdad o mentira: solo mide **qué te engancha más.**



INFOXICACIÓN: EXCESO DE INFORMACIÓN

- La enorme cantidad de contenido publicado en internet y redes sociales genera un **exceso de información**, conocido como **infoxicación**.
- Problemas principales:
 - Hay que filtrar y seleccionar información relevante. Eso requiere mucho **tiempo y esfuerzo**.
 - La facilidad y rapidez para publicar contenido viraliza información **errónea o falsa**.
- Papel de los algoritmos:
- Los sistemas de recomendación priorizan lo que **más nos atrae**, aumentando la saturación y dificultando distinguir información **fiable** de la **no fiable**.



INFOXICACIÓN Y BURBUJAS DE FILTRO



- Internet nos llena de **estímulos constantes**: colores, notificaciones, vídeos, música, opciones...
 - El cerebro filtra solo lo que le interesa → ignora el resto (“pereza cognitiva”).
 - Esto crea **burbujas de filtro**:
 - Vemos más de lo que ya nos gusta.
 - Vemos menos de lo que nos incomoda.
 - Aunque dos personas sigan las mismas cuentas, **verán contenido distinto**.
-

COMPARAMOS NUESTRAS BURBUJAS

Juntaros de 2 en 2 con alguien que tenga Instagram. *Quien no tenga, pueda unirse como 3ª persona como observador y para completar la tabla. Podéis comparar YouTube en su lugar.*

- Sacad papel, lápiz y el teléfono
- Abrid Instagram y comparad la sección "Explorar" o "Para ti" (las publicaciones que se ven cuando le das a la lupa)
- Completad la tabla y comentadla luego entre todos.

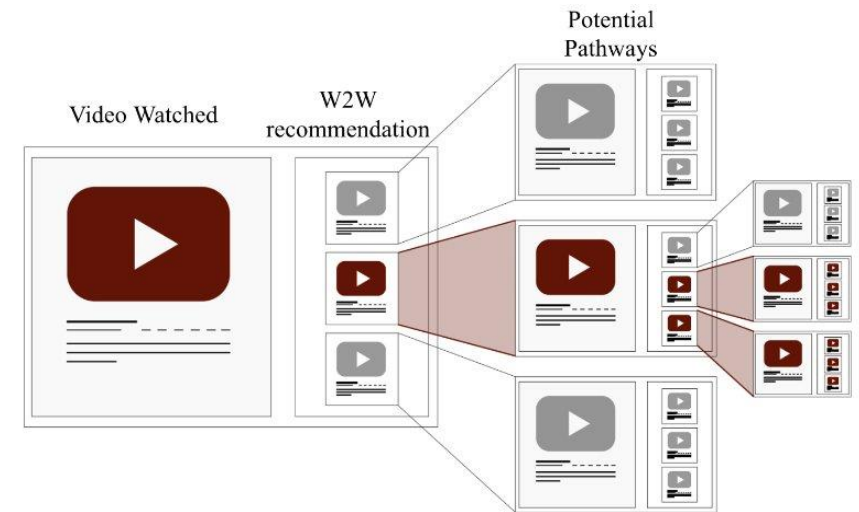
(10 minutos)

Lo que ve el compañero A	Lo que vemos los dos	Lo que ve el compañero B

¿QUÉ DICE LA CIENCIA SOBRE YOUTUBE Y LOS ALGORITMOS?

Hay estudios que afirman que las sugerencias de YouTube **radicalizan** o **polarizan** a los usuarios.

- Las cuentas pueden ser guiadas hacia videos con contenido cada vez más extremo si consumen una temática concreta.
- Depende mucho del **comportamiento del usuario** y de su historial. El algoritmo puede influir, pero **no controla por completo lo que piensas**.



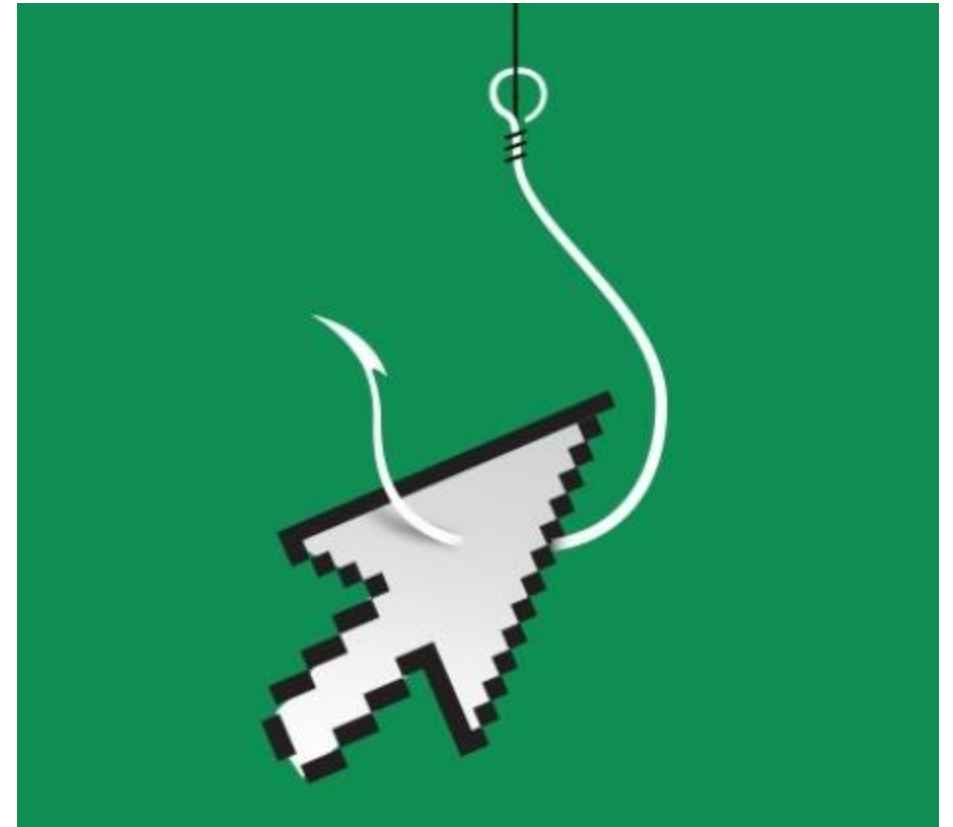
¿POR QUÉ IMPORTA TODO ESTO?



- Lo que vemos, aunque lo parezca **no es la realidad**, es lo que el **algoritmo selecciona** para nosotros.
 - Esto afecta a:
 - Lo que creemos.
 - Lo que opinamos.
 - Lo que compartimos.
 - Porque si una plataforma premia **contenido llamativo**, aparecerán:
 - Más clickbait.
 - Más polémica.
 - Más desinformación.
 - Ser conscientes de esto nos ayuda a **no dejarnos llevar** por lo primero que vemos.
-

CLICKBAIT: TITULARES QUE ATRAPAN

- El **clickbait** (ciberanzuelo en castellano) es un tipo de contenido o titular diseñado para **llamar la atención y generar clics**, muchas veces **exagerando o distorsionando la información**.
- Su objetivo principal: **aumentar el tiempo de lectura o visualización**, la interacción y la viralidad.
- Suele apelar a **emociones fuertes**: sorpresa, curiosidad, miedo, indignación o humor.
- No siempre refleja fielmente la información del contenido; lo importante es **que provoque que hagas clic**.



PRINCIPIOS PARA CREAR UN BUEN CLICKBAIT

- **Números y listas**
 - Listados claros y llamativos, por ejemplo: “Los 10 secretos...”.
 - **Brecha de curiosidad**
 - Oculta información clave para que el usuario sienta la necesidad de hacer clic.
 - Ejemplo: “¡No creerás lo que pasó después!” “¡El número 5 te sorprenderá!”
 - **Emociones y urgencia**
 - Apela a sorpresa, miedo, ira o urgencia para provocar una respuesta rápida.
 - **Verbos de acción**
 - Imperativos como “Mira”, “Descubre” para incitar a la acción.
 - **Personalización**
 - Uso de primera persona (“tú”) para crear cercanía y conexión.
 - **Signos especiales**
 - Exclamaciones, interrogaciones o paréntesis para destacar y atraer atención.
-

HAZ TU PROPIO CLICKBAIT

Saca el móvil y busca **una noticia, artículo o contenido online** que te interese.

- Piensa en **una persona que conoces** (amigo/a, familiar) y en sus intereses.
 - Crea un **nuevo titular tipo clickbait** dirigido a esa persona, usando las estrategias aprendidas
 - Explica tu titular a la clase y **por qué crees que llamaría la atención.**
 - Tienes 10 minutos
- Principios para crear un buen clickbait
 - Brecha de curiosidad
 - (“¡No creerás lo que pasó después!”)
 - Emociones y urgencia
 - (sorpresa, miedo, ira)
 - Números y listas
 - (“Los 5 secretos...”)
 - Verbos de acción
 - (“Descubre”, “Mira...”)
 - Personalización
 - (“Para ti...”, “Tu guía de...”)
 - Signos especiales
 - (exclamaciones, interrogaciones, paréntesis)
-

HABLAMOS Y DEBATIMOS



- ¿Es peligroso que el algoritmo nos muestre lo que más nos gusta?
- ¿Qué efectos tiene esto sobre nosotros?
- ¿Nos da igual que enganche o nos debería importar?
- ¿Qué podemos hacer para tener el control?

(20 min)



DESINFORMACIÓN 2

¿QUÉ HAREMOS EN ESTA HORA?

- ¿Nos podemos fiar de todo lo que diga "internet"? (15 min)
- ¿Qué son las fake news? (10 min)
- Desmentimos mitos (15 min)
- Encuesta final (10 minutos)



¿CUÁL ES EL PASO DE CEBRA MÁS PELIGROSO DE CATALUÑA?

- Saca tu teléfono y haz una búsqueda, ¡rápido!



EL PASO DE CEBRA MÁS PELIGROSO DE TODA CATALUÑA. ¡PREOCUPACIÓN EN VILASSAR!



¿QUÉ SON LAS FAKE NEWS Y POR QUÉ FUNCIONAN TAN BIEN?

Definición y Propósito

- Las fake news son noticias con apariencia real pero que son inexactas, engañosas o directamente falsas. Se crean y difunden deliberadamente para obtener beneficios económicos, influir en el pensamiento de la gente o causar daño.
- Se difunden más rápido que una noticia normal porque su contenido está diseñado para no dejarte indiferente.

El poder de las emociones

- Se difunden más rápido que una noticia normal porque su contenido está diseñado para no dejarte indiferente: miedo, indignación, sorpresa extrema.
 - Cuando algo nos provoca una reacción emocional intensa, tendemos a compartirlo sin verificar. Esa reacción visceral es precisamente su arma.
-

EL CONTEXTO DE LA POSVERDAD

Posverdad. *La RAE la define como la **distorsión deliberada de una realidad, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales. En este contexto, los hechos objetivos importan menos que las emociones.***

Las fake news son difíciles de identificar porque aparecen en momentos de infoxicación y posverdad. Hay poderes que se aprovechan de ello para condicionarnos y obligarnos a pensar como ellos quieren en lugar de permitirnos pensar con claridad.

- Momentos de posverdad:
 - **Elecciones:** momentos críticos donde se busca influir en el voto mediante la manipulación emocional y la polarización.
 - **Pandemias:** el miedo y la incertidumbre son terreno fértil para teorías conspirativas y remedios milagrosos falsos.
 - **Guerras y conflictos:** la desinformación se usa como arma para deshumanizar al enemigo y justificar acciones.
-

CONSEJOS PARA DETECTAR NOTICIAS FALSAS



Estos consejos son básicos para los periodistas y se resumen en una palabra: **verificación**. Afortunadamente, todos podemos aplicar estas técnicas.

- **Lee la noticia completa**
No te quedes solo con el titular, que suele ser sensacionalista.
 - **Busca el titular en Google**
Comprueba si otros medios fiables reportan la misma información.
 - **Verifica la fecha de publicación**
A veces se reciclan noticias antiguas para provocar confusión.
 - **Examina la URL del sitio web**
Los sitios falsos suelen imitar URLs de medios conocidos con pequeñas variaciones.
 - **Comprueba la autoría**
¿Quién escribió la noticia? ¿Es un periodista identificable o es anónimo?
 - **Contrasta con fuentes oficiales**
Busca información en organismos oficiales, universidades o instituciones reconocidas.
 - **Fíjate en la ortografía**
Las noticias falsas suelen tener errores ortográficos y gramaticales.
-

PLATAFORMAS DE VERIFICACIÓN

- Las agencias de verificación son grupos de personas que se dedican a comprobar si una noticia es verdadera o falsa. Investigan, buscan fuentes fiables y aclaran cuándo algo es un bulo para que no nos engañen.
- Saca tu móvil y mira en estas páginas qué noticias o bulos se han desmentido últimamente. Comentadlo con la clase (5 min)

Maldita.es

Newtral

SOMA

Verificat

Verifica RTVE

EFE Verifica

Newtral

M | MALDITA.ES
MALDITO BULO

Verificat

ACTIVIDAD PRÁCTICA: DESMONTANDO BULOS POPULARES

A continuación, se presentan 8 mitos y creencias falsas muy extendidos en la sociedad.

Escoge 2 o 3 de estos bulos y, usando tu teléfono o el ordenador portátil, investiga por qué son falsos.

Usa las herramientas de verificación, como buscar en Google, consultar fuentes científicas fiables o verificar con plataformas de *fact-checking* (Maldita.es, Newtral, SOMA, Verificat, Verifica RTVE, EFE Verifica).

(10 min)

1. Beber agua con limón en ayunas adelgaza "por el limón".
2. Comer pasta o carbohidratos por la noche engorda más.
3. El ser humano solo utiliza el 10% del cerebro.
4. El microondas destruye los nutrientes de los alimentos.
5. La Gran Muralla China se ve desde el espacio.
6. Las vacunas producen autismo.
8. Los alimentos "detox" limpian el cuerpo de toxinas.

AGUA CON LIMÓN EN AYUNAS

No tiene propiedades quemagrasas. La pérdida de peso solo ocurre si sustituye un desayuno calórico, lo que reduce la ingesta total del día.

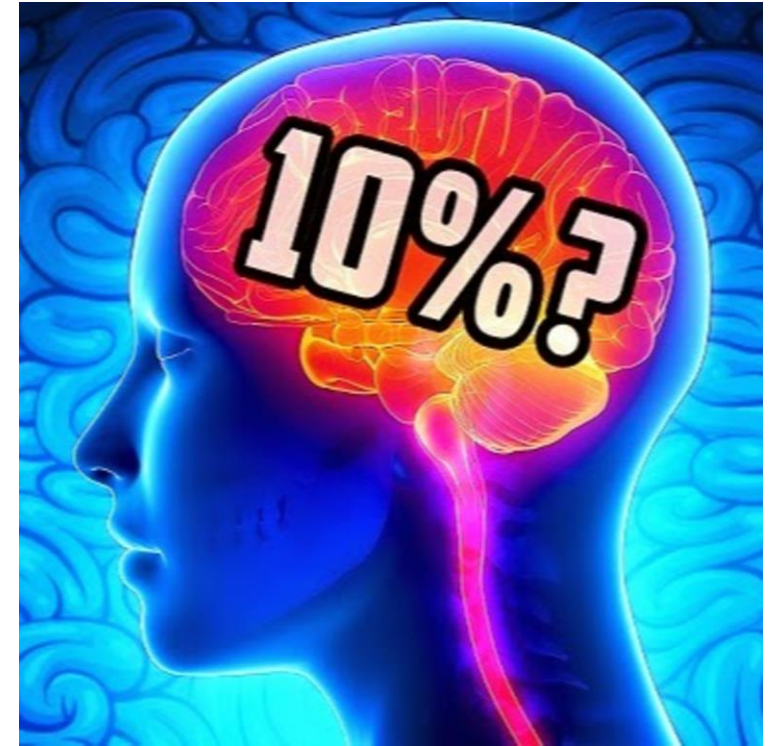




PASTA POR LA NOCHE

Lo que importa es el balance calórico diario, no la hora, ya que el cuerpo procesa los carbohidratos igual independientemente del momento del día.

10% DE NUESTRO CEREBRO



Las neuroimágenes muestran actividad cerebral constante incluso en tareas simples, y no existen "zonas dormidas". Es un mito popularizado por películas.



MICROONDAS Y NUTRIENTES

La radiación que utiliza no es ionizante y no altera la composición molecular de los alimentos. De hecho, al cocinar más rápido, el microondas preserva más nutrientes que hervir los alimentos.

MURALLA CHINA DESDE EL ESPACIO



Los astronautas confirman que no es visible a simple vista, pues es estrecha, del color del terreno y se confunde con el paisaje. El espacio que abarca es distinguible pero la construcción no destaca desde órbita.



VACUNAS Y AUTISMO

El estudio original que sugería esta conexión fue retirado por fraude. Cientos de investigaciones posteriores confirman que no existe relación causal entre vacunas y autismo.

REFRESCOS LIGHT



No adelgazan por sí solos. Pueden reducir calorías si sustituyen refrescos azucarados, pero no producen pérdida de peso y, de hecho, pueden aumentar el deseo de dulce.

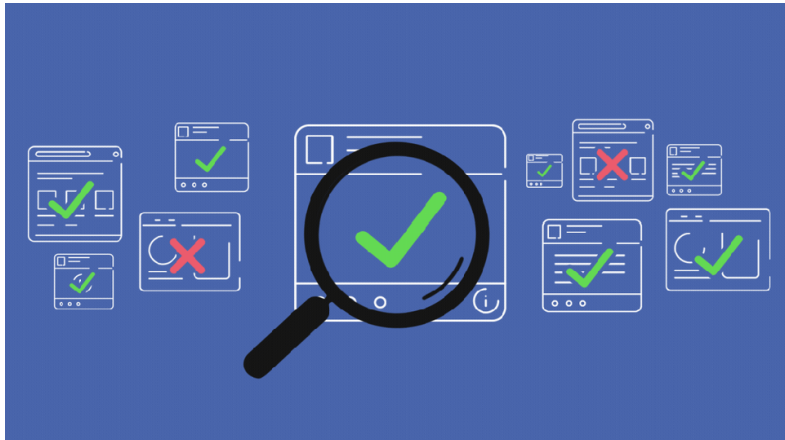


ALIMENTOS "DÉTOX"

El cuerpo ya posee un sistema de desintoxicación propio (hígado, riñones y sistema linfático). No existen alimentos que "limpien toxinas"; es un reclamo publicitario sin base científica.

REFLEXIÓN FINAL

- Cada vez que **verificamos** una información **antes de compartirla**, contribuimos a un **ecosistema digital más saludable**.
- **La verdad importa**, y está en nuestras manos defenderla con **pensamiento crítico**.

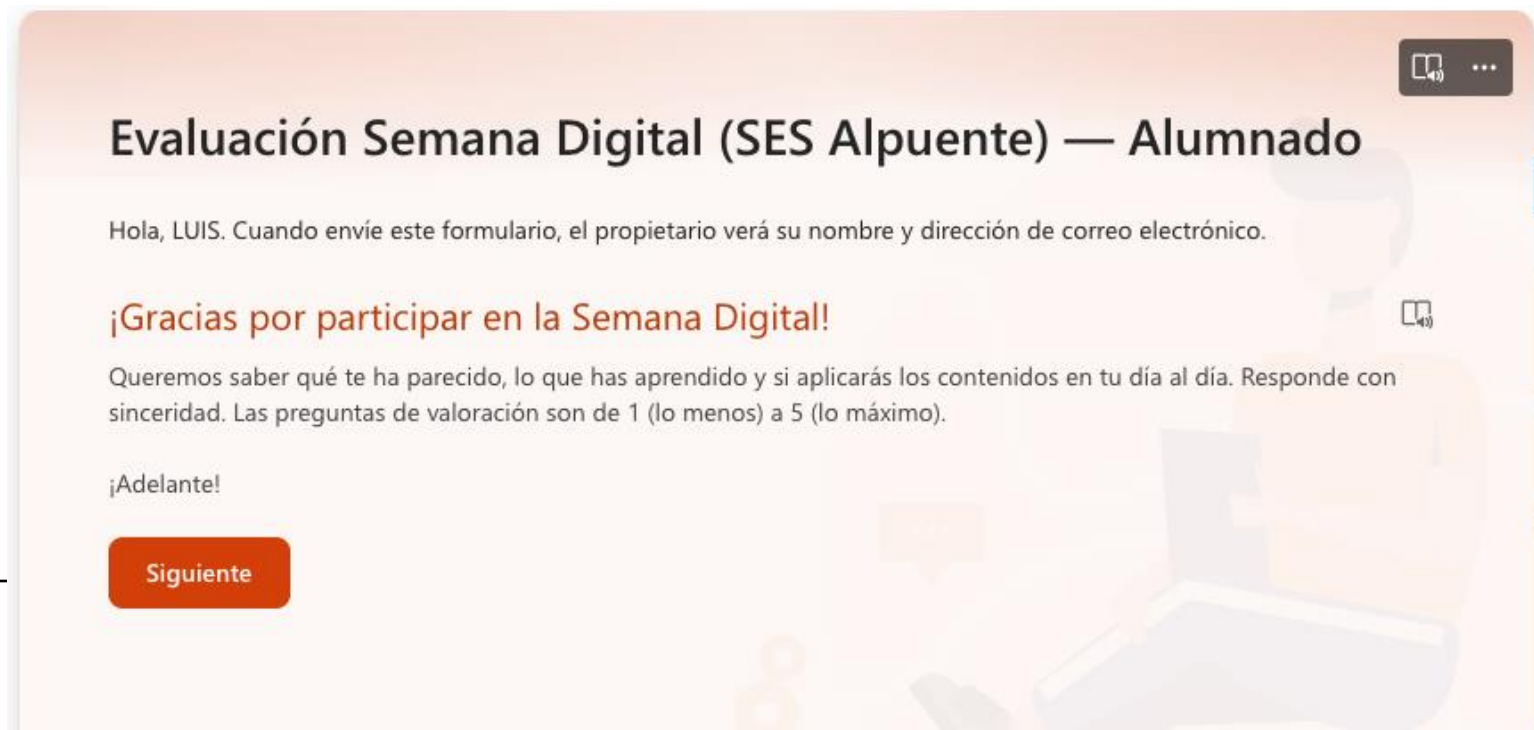


Recuerda: cuando una publicación te sorprenda o te llene de rabia haz una pausa, respira, y verifica antes de compartir.

Y ANTES DE IRNOS... ¡ENCUESTA!

- Entra en la web del **SES Alpuente** → **Consultas**
- Realiza la encuesta la encuesta “**Evaluación de la Semana Digital**”.

(se hace en menos de 5 min)



The screenshot shows a survey form with the following content:

- Title:** Evaluación Semana Digital (SES Alpuente) — Alumnado
- Text:** Hola, LUIS. Cuando envíe este formulario, el propietario verá su nombre y dirección de correo electrónico.
- Section Header:** ¡Gracias por participar en la Semana Digital!
- Text:** Queremos saber qué te ha parecido, lo que has aprendido y si aplicarás los contenidos en tu día al día. Responde con sinceridad. Las preguntas de valoración son de 1 (lo menos) a 5 (lo máximo).
- Text:** ¡Adelante!
- Button:** Siguiente

BIBLIOGRAFÍA DE REFERENCIA

- **Data Detox x Youth.** *Kit DataDetox Youth.* Tactical Tech. (datadetoxkit.org)
 - **Johan Hari (2023).** *El valor de la atención – Por qué nos la robaron y cómo recuperarla.* Ediciones Península.
 - **Marta G. Franco (2024).** *Las redes son nuestras – Una historia popular de internet y un mapa para volver a habitarla.* Consonni.
 - **Nir Eyal (2014).** *Enganchado – Cómo construir productos y servicios exitosos que formen hábitos.* Sunshine Business Dev.
 - **Haroon, M., Zannettou, S., Blackburn, J., Stringhini, G., & De Cristofaro, E. (2022).** *YouTube, The Great Radicalizer? Auditing and Mitigating Ideological Biases in YouTube Recommendations.* arXiv.
-