

**Trabajo de fin de Máster**

# **Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiario escolar como herramienta contra la desinformación**

Oriol Matamoros Romeu

**Tutora: Margarita Molero Bernáldez**

Fecha de entrega: 09/05/2025



**UNIVERSITAT  
ROVIRA i VIRGILI**

---

## Resumen

El alumnado de 3º de ESO del Institut Ramon Berenguer IV de Amposta se enfrenta, al igual que el conjunto de la sociedad, a un entorno informativo complejo, marcado por la sobreabundancia de información y la proliferación de contenidos no verificados, evidenciando una actitud pasiva y falta de pensamiento crítico frente a la desinformación. Ante esta necesidad, en el presente estudio se comparó la efectividad de tres metodologías didácticas para fomentar la alfabetización mediática crítica y la producción de textos periodísticos: instrucción directa tradicional, Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP) con creación de un periódico escolar, y ABP con desarrollo de un noticiero audiovisual gamificado. Se aplicó un diseño cuasi-experimental con tres grupos naturales durante seis sesiones, utilizando cuestionarios pre-post (teórico-práctico e IDIACOMM), una rúbrica de producción escrita y un cuestionario de percepción. Los resultados muestran mejoras en diversas dimensiones en todos los grupos, siendo más pronunciadas en los grupos ABP. Las metodologías activas, especialmente el ABP, resultaron significativamente más efectivas para desarrollar habilidades de producción textual crítica (veracidad, análisis de sesgos, verificación, originalidad) que la instrucción directa. El enfoque audiovisual mostró un potencial particular para la comprensión teórica. El alumnado percibió una alta utilidad de lo aprendido para la vida real. Los resultados sugieren que las metodologías activas son valiosas para la aplicación práctica del pensamiento crítico y la producción de contenido, validando la necesidad de integrar la alfabetización mediática crítica en secundaria.

**Palabras clave:** *Alfabetización mediática, Desinformación, Educación secundaria, Aprendizaje basado en proyectos, Noticiero escolar, Pensamiento crítico*

## Resum

L'alumnat de 3r d'ESO de l'Institut Ramon Berenguer IV d'Amposta s'enfronta, igual que el conjunt de la societat, a un entorn informatiu complex, marcat per la sobreabundància d'informació i la proliferació de continguts no verificats, evidenciant una actitud passiva i manca de pensament crític davant la desinformació. Davant d'aquesta necessitat, en el present estudi es va comparar l'efectivitat de tres metodologies didàctiques per fomentar l'alfabetització mediàtica crítica i la producció de textos periodístics: instrucció directa tradicional, Aprenentatge Basat en Projectes (ABP) amb la creació d'un diari escolar i ABP amb el desenvolupament d'un noticiari audiovisual. Es va aplicar un disseny quasi-experimental amb tres grups naturals durant sis sessions, utilitzant qüestionaris pre-post (teòric-pràctic i IDIACOMM), una rúbrica de producció escrita i un qüestionari de percepció. Els resultats mostren millores en diverses dimensions en tots els grups, sent més pronunciades en els grups ABP. Les metodologies actives, especialment l'ABP, van resultar significativament més efectives per desenvolupar habilitats de producció textual crítica (veracitat, anàlisi de biaixos, verificació, originalitat) que la instrucció directa. L'enfocament audiovisual va mostrar un potencial particular per a la comprensió teòrica. L'alumnat va percebre una alta utilitat del que s'havia après per a la vida real. Aquests resultats suggereixen que les metodologies actives són valuoses per a l'aplicació pràctica del pensament crític i la producció de contingut, validant la necessitat d'integrar l'alfabetització mediàtica crítica a secundària.

**Paraules clau:** Alfabetització mediàtica, Desinformació, Educació secundària, Aprenentatge basat en projectes, Noticiari escolar, Pensament crític.

---

## Abstract

Like society as a whole, third-year ESO students at the Institut Ramon Berenguer IV in Amposta face a complex information environment marked by an overabundance of information and the proliferation of unverified content. This leads to a passive attitude and a lack of critical thinking in the face of misinformation. In response to this need, this study compared the effectiveness of three teaching methodologies for promoting critical media literacy and journalistic writing: traditional direct instruction, Project-Based Learning (PBL) with the creation of a school newspaper, and PBL with the development of a gamified audiovisual newscast. A quasi-experimental design was applied with three natural groups over six sessions, using pre-post questionnaires (theoretical and practical and IDIACOMM), a writing production rubric, and a perception questionnaire. The results show improvements in various dimensions in all groups, being more pronounced in the PBL groups. Active methodologies, especially PBL, were significantly more effective in developing critical text production skills (veracity, bias analysis, verification, originality) than direct instruction. The audiovisual approach showed particular potential for theoretical understanding. Students perceived the learning process as highly useful for real-life situations. The results suggest that active methodologies are valuable for the practical application of critical thinking and content production, validating the need to integrate critical media literacy in secondary education.

**Keywords:** *Media literacy, Disinformation, Secondary education, Project-based learning, School media, Critical thinking.*

---

## Índice de contenido

---

1. Introducción.....	7
1.1. Detección de las necesidades.....	7
1.2. Justificación de la propuesta de innovación.....	7
2. Marco Teórico.....	9
2.1. Alfabetización mediática crítica en la era digital.....	9
2.2. El aprendizaje basado en proyectos (ABP) como enfoque pedagógico.....	11
2.3. Periodismo escolar como herramienta para la alfabetización mediática crítica.....	12
3. Propuesta de investigación.....	13
3.1. Definición del problema.....	13
3.2. Pregunta de investigación.....	13
3.3. Hipótesis.....	13
3.4. Objetivos.....	13
3.5. Diseño de la investigación.....	14
4. Intervención Educativa.....	15
5. Método.....	16
5.1. Participantes.....	16
5.2. Variables.....	17
5.3. Instrumentos de recogida de datos.....	17
5.4. Procedimiento.....	19
5.5. Metodología utilizada para el análisis de datos.....	21
6. Resultados.....	23
6.1. Introducción a los resultados.....	23
6.2. Evaluación de mejoras dentro de cada grupo (t-student).....	24
6.3. Comparación entre grupos en el pretest (ANOVA).....	27
6.4. Comparación entre grupos en el postest (ANOVA).....	28
6.5. Comparación de mejoras entre metodologías (ANOVA).....	29
6.6. Análisis de la actividad de redacción (ANOVA).....	30
6.7. Análisis de percepción de la experiencia de aprendizaje (ANOVA).....	31
7. Discusión.....	33
7.1. Interpretación de los resultados en relación con las hipótesis.....	33
7.2. Análisis de las mejoras internas por grupo.....	34
7.3. Discusión de la percepción del alumnado.....	35
7.4. Relación de los hallazgos con el marco teórico y estudios previos.....	35
7.5. Implicaciones de los hallazgos.....	36
8. Conclusiones.....	37
9. Referencias.....	41
10. Apéndices.....	43

---

## Índice de tablas

---

Tabla 1 - Medias pretest, postest y puntuaciones únicas por dimensión y grupo.....	23
Tabla 2 - Resultados del grupo 0 en la comparación pretest/postest.....	24
Tabla 3 - Resultados del grupo 1 en la comparación pretest/postest.....	25
Tabla 4 - Resultados del grupo 2 en la comparación pretest/postest.....	26
Tabla 5 - Comparación de puntuaciones pretest entre los tres grupos.....	27
Tabla 6 - Medias postest por dimensión en los tres grupos.....	28
Tabla 7 - Comparación de mejoras (post-pre) entre los tres grupos.....	29
Tabla 8 - Comparación de puntuaciones por grupo en la actividad de redacción.....	30
Tabla 9 - Comparación de percepción de la experiencia de aprendizaje por grupo.....	31

---

## Índice de figuras

---

Figura 1 - Evolución media pretest y postest por dimensión y grupo.....	24
Figura 2 - Comparación visual de mejoras pre-post en el grupo 0.....	25
Figura 3 - Comparación visual de mejoras pre-post en el grupo 1.....	26
Figura 4 - Comparación visual de mejoras pre-post en el grupo 2.....	27
Figura 5 - Medias pretest por dimensión en los tres grupos.....	28
Figura 6 - Medias postest por dimensión en los tres grupos.....	29
Figura 7 - Comparación de mejoras medias por dimensión entre los tres grupos.....	30
Figura 8 - Resultados en la actividad de redacción por grupo e ítem de la rúbrica.....	31
Figura 9 - Percepción de la experiencia de aprendizaje por grupo e ítem.....	32

# 1. Introducción

El alumnado de 3º de ESO del Institut Ramon Berenguer IV de Amposta se enfrenta, al igual que el conjunto de la sociedad, a un entorno informativo complejo marcado por la sobreabundancia de información y por la proliferación de contenidos no verificados. Esta situación ha sido provocada por la universalización de internet y el acceso masivo a herramientas digitales de creación de contenido, lo que ha dado lugar a un ecosistema donde la desinformación y la manipulación son cada vez más frecuentes.

## 1.1. Detección de las necesidades

A través de observaciones en el aula y conversaciones con la profesora titular, se ha constatado que los alumnos presentan una actitud pasiva frente a la información: no contrastan las fuentes, no cuestionan la veracidad de los contenidos y tienen dificultades para identificar elementos de manipulación. Esta carencia de pensamiento crítico y de habilidades de verificación los convierte en sujetos vulnerables frente a la desinformación.

Según el currículum oficial de Lengua Castellana y Literatura para la educación secundaria, se espera que el alumnado desarrolle capacidades como la identificación de la intención comunicativa, la diferenciación entre objetividad y subjetividad, y el análisis del tema y las ideas principales de un texto. Sin embargo, estas competencias no se están desarrollando de forma eficaz en los grupos observados. La situación descrita justifica la necesidad de una intervención metodológica que promueva una alfabetización mediática crítica, así como un uso responsable y reflexivo de las tecnologías digitales.

## 1.2. Justificación de la propuesta de innovación

La propuesta de intervención se inscribe en el marco de la innovación pedagógica y responde a la necesidad urgente de dotar al alumnado de secundaria de herramientas críticas frente al fenómeno de la desinformación digital. En lugar de limitarse a reproducir esquemas tradicionales de enseñanza, esta intervención plantea una transformación metodológica basada en metodologías activas, aprendizaje competencial y apertura al entorno, en coherencia con las directrices del Departament d'Educació (2017).

Concretamente, se propone un diseño cuasi-experimental con tres grupos de estudiantes de 3º de ESO para analizar el impacto de diferentes enfoques metodológicos. Dos de estos grupos implementarán el Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP), pero desde propuestas diferenciadas: uno creará un noticiero audiovisual y el otro desarrollará un periódico escolar acompañado de un manual para detectar noticias falsas. El tercer grupo seguirá una instrucción directa tradicional. Esta

estructura permitirá evaluar, a través de la práctica, qué metodologías resultan más eficaces para fomentar la alfabetización mediática crítica y las competencias lingüísticas.

La propuesta busca integrar el saber teórico en situaciones reales, acercando el aprendizaje al entorno inmediato del alumnado. El trabajo cooperativo —estructurado en roles rotativos que promueven la interdependencia positiva— constituye la base organizativa del proyecto (Johnson & Johnson, 2015). Este enfoque fomenta no solo la inclusión, sino también la implicación activa de todos los miembros del grupo.

La gamificación se introducirá como estrategia complementaria para aumentar la motivación y la implicación, especialmente en el desarrollo del noticiario, aunque no constituirá el eje metodológico principal. Para ello, la dinámica se organizará simulando un entorno profesional con equipos de funciones diferenciadas. Cada estudiante asumirá un rol específico como redactor, verificador, realizador o editor, y un equipo de "dirección" supervisará la coherencia global y coordinará los entregables. Este enfoque estructurado fomenta la conexión entre las partes del producto final, promueve la autonomía y genera un escenario colaborativo donde la aportación individual es clave para el éxito colectivo. Paralelamente, el uso crítico de tecnologías y herramientas digitales básicas permitirá trabajar competencias curriculares clave y desarrollar una mirada crítica ante los medios digitales.

El ABP, entendido desde la definición de Thomas (2000), constituye el eje central de esta innovación, al permitir que los estudiantes trabajen en proyectos reales con productos finales significativos y socialmente útiles. Esta metodología se revela especialmente idónea para abordar retos complejos como la alfabetización mediática crítica y la producción textual desde una perspectiva funcional y contextualizada.

Autores como Cassany (2012) reivindican el papel de la educación mediática como uno de los desafíos fundamentales de la educación contemporánea. En este sentido, la propuesta no se limita a introducir una práctica distinta en el aula, sino que apuesta por una transformación de fondo en las formas de enseñar, aprender y evaluar, alineándose con las necesidades de una ciudadanía crítica, informada y activa.

Finalmente, esta innovación no se queda en el aula: los productos generados —el noticiario y el manual— serán compartidos con las familias y la comunidad educativa, ampliando el impacto y reforzando el sentido social del aprendizaje. Así, se conjugan los principios de utilidad, compromiso cívico y transferencia, pilares de toda innovación pedagógica auténtica.

## 2. Marco Teórico

En un entorno digital cada vez más complejo y saturado de información, el desarrollo de competencias críticas para interactuar con los medios se ha convertido en una prioridad educativa. Este marco teórico explora los conceptos fundamentales que sustentan la presente investigación: la alfabetización mediática crítica, el aprendizaje basado en proyectos (ABP) como estrategia pedagógica y el noticiero escolar como herramienta de aplicación.

### 2.1. Alfabetización mediática crítica en la era digital

La alfabetización mediática crítica trasciende la mera capacidad de leer y escribir, implicando la habilidad de gestionar, comprender y construir significados a partir de información proveniente de múltiples fuentes y formatos en el entorno digital (Cassany, 2012). Comprender y construir significados en este contexto exige un cambio profundo en las prácticas letradas tradicionales que no solo afecta al ámbito educativo, sino también al social y cultural.

Cassany (2012) estructura la comprensión lectora en tres niveles fundamentales: literal, inferencial y crítica. Mientras que la lectura literal se limita a identificar datos explícitos en un texto, la inferencial permite deducir información implícita. Sin embargo, es en la comprensión crítica donde el lector no solo interpreta, sino que evalúa el discurso, su intencionalidad y el contexto en el que se produce. Se trata de entender no solo qué se dice, sino también por qué y para qué se dice. Esto resulta esencial en un escenario donde la desinformación y la manipulación mediática tienen el potencial de influir en la opinión pública y en la percepción de la realidad.

El análisis de Díaz Silva et al. (2021) refuerza la idea de que la alfabetización crítica implica interpretar los discursos más allá de la superficie, evaluando las intenciones ideológicas detrás de cada mensaje y comprendiendo las implicaciones sociales de los textos. En esta línea, el estudio de Vázquez-Barrio et al. (2021) sobre la credibilidad de las noticias en la era de la desinformación revela que las audiencias tienden a confiar en informaciones que refuerzan sus creencias previas, lo que fomenta el fenómeno de las burbujas de filtro<sup>1</sup>. Esto demuestra que la capacidad de cuestionar y contrastar las fuentes no solo es un desafío académico, sino también una necesidad social.

Cassany (2012) subraya que "nuestra identidad individual y social depende del poder que ejerzamos y este, en parte, en una comunidad letrada, deriva de las prácticas letradas que conseguimos dominar y de la pericia con que lo hagamos" (pp. 129-130). Esta afirmación resalta la importancia de fomentar en los estudiantes una capacidad reflexiva que les permita desentrañar las

---

<sup>1</sup> **Burbujas de filtro:** Fenómeno en el que los algoritmos de plataformas digitales personalizan el contenido que se muestra a un usuario basándose en su historial de búsqueda, clics e interacciones, lo que puede limitar su exposición a perspectivas diversas y reforzar sus propias creencias.

narrativas mediáticas y construir sus propias interpretaciones. Sin embargo, el entorno digital contemporáneo presenta desafíos significativos que afectan la manera en que las personas acceden, procesan y comprenden la información. Crystal (2001) ya señalaba que el lenguaje digital evolucionaba hacia formas más breves y visuales, diseñadas para captar la atención en un entorno saturado de contenidos. También destacaba que esta evolución podía dificultar la interpretación de mensajes complejos, ya que implicaba el sacrificio de matices importantes en favor de la inmediatez.

Una década más tarde, Carr (2011) advertía que la exposición constante a estímulos fragmentados disminuye la capacidad de concentración y fomenta un consumo informativo superficial, conocido como scanning o lectura de escaneo, una forma de lectura rápida y selectiva que privilegia la velocidad sobre la asimilación completa de la información, debilitando la capacidad de análisis profundo.

Esta evolución hacia la fragmentación y saturación de información se vincula, en la actualidad, con el auge de la post verdad<sup>2</sup>, que diluye la verdad objetiva ante discursos emocionales diseñados para manipular percepciones y reforzar creencias preexistentes (De la Peña, 2022). En este contexto, las cámaras de eco<sup>3</sup> y las burbujas de filtro juegan un papel crucial, ya que los algoritmos de las plataformas digitales restringen el acceso a una pluralidad de perspectivas y refuerzan los discursos afines, generando entornos informativos homogéneos que consolidan sesgos, refuerzan convicciones y dificultan la exposición a otras perspectivas.

Para mitigar la influencia de la desinformación, la confianza en los medios de referencia y la capacidad de contrastar fuentes son elementos clave (Vásquez-Barrio et al., 2021). La alfabetización mediática no debe limitarse al consumo pasivo de información veraz, sino que debe promover un análisis crítico que permita cuestionar la construcción de las narrativas y su impacto social (Vargas Alfonso, 2015).

En este contexto, el desarrollo de nuevas literacidades es fundamental. Según Lankshear y Knobel (2006), las nuevas literacidades no solo implican comprender la información, sino también ser capaz de interactuar y producir contenido en formatos multimodales. Esto requiere habilidades avanzadas que combinen la comprensión lectora con la capacidad de discernir la intencionalidad de los mensajes y los intereses detrás de ellos. Las prácticas de literacidad crítica requieren un enfoque integral que permita a los estudiantes desarrollar habilidades de interpretación y producción digital de manera ética y crítica (Vargas Alfonso, 2015). La formación educativa debe, por tanto, fomentar competencias que permitan interpretar los discursos mediáticos y desentrañar su impacto social,

---

<sup>2</sup> **Post verdad:** Situación en la que los hechos objetivos influyen menos en la opinión pública que las apelaciones a la emoción y a la creencia personal.

<sup>3</sup> **Cámaras de eco:** Espacios de información, especialmente en redes sociales, donde las personas solo interactúan con ideas y opiniones que refuerzan las suyas propias, limitando la exposición a puntos de vista discrepantes.

integrando estrategias pedagógicas que preparen a los estudiantes para participar de manera activa y crítica en la sociedad digital.

## 2.2. El aprendizaje basado en proyectos (ABP) como enfoque pedagógico

El aprendizaje basado en proyectos (ABP) se presenta como una estrategia pedagógica eficaz para desarrollar competencias complejas como la alfabetización mediática crítica. Thomas (2000) describe el ABP como un modelo que organiza el aprendizaje en torno a preguntas o problemas auténticos que requieren investigación y reflexión, culminando en un producto final relevante. Esta metodología fomenta el aprendizaje activo y contextualizado, permitiendo a los estudiantes aplicar conocimientos y desarrollar habilidades en situaciones que simulan contextos reales.

El juego de roles, como parte del ABP, refuerza el aprendizaje situado, en el que los estudiantes adquieren conocimientos al desempeñar funciones concretas en un contexto simulado. Gee (2003) sostiene que esta dinámica potencia el aprendizaje porque conecta las habilidades cognitivas con experiencias emocionales y sociales. En este tipo de actividades, los alumnos no solo interactúan con información real, sino que también desarrollan competencias socioemocionales, como la empatía, el trabajo en equipo y la toma de decisiones.

Esto se alinea con el modelo de Johnson & Johnson (2015), quienes subrayan la importancia de la interdependencia positiva como un elemento clave para fomentar la cohesión grupal y la corresponsabilidad. La asignación de roles específicos dentro del proyecto fomenta un sentido de responsabilidad compartida, ya que el éxito del proyecto depende del cumplimiento de las tareas asignadas a cada integrante. Esto crea un entorno de aprendizaje colaborativo donde los estudiantes no solo fortalecen sus conocimientos individuales, sino que también desarrollan habilidades de liderazgo y resolución de conflictos.

Para que un proyecto de estas características sea efectivo, es imprescindible implementar una evaluación formativa que ofrece retroalimentación constante durante el proceso de aprendizaje. La OCDE (2010) enfatiza que la evaluación debe ser continua y participativa, lo que permite a los alumnos ajustar sus estrategias de manera proactiva. En el marco del ABP, las actividades de coevaluación y autoevaluación refuerzan la metacognición al invitar a los estudiantes a reflexionar sobre su desempeño y el de sus compañeros. Esta práctica fomenta un aprendizaje autorregulado y crítico, donde los alumnos no solo identifican fortalezas y debilidades, sino que también asumen un compromiso activo con su propio progreso.

La dimensión tecnológica desempeña un papel fundamental en este modelo pedagógico, ya que las herramientas digitales amplían las posibilidades de investigación, creación y difusión de contenidos. Piscitelli et al. (2010) describen la "cultura prosumidora", en la que los usuarios no solo consumen información, sino que también participan activamente en su producción y distribución.

Este fenómeno redefine el papel del estudiante, que pasa de ser un receptor pasivo a convertirse en un creador de conocimiento, con la capacidad de influir en el ecosistema informativo.

Sin embargo, esta participación activa requiere una alfabetización digital crítica que permita interpretar y construir mensajes en múltiples formatos. Lankshear & Knobel (2006) subrayan la necesidad de desarrollar competencias multimodales que integren texto, imagen y sonido, lo que supone un enfoque integral de la comunicación. Vargas Alfonso (2015) señala que evaluar estas habilidades sigue siendo un desafío, ya que las pruebas tradicionales no contemplan el análisis de mensajes multimodales, lo que hace imprescindible diseñar estrategias que fomenten la interacción crítica con múltiples fuentes.

Este enfoque impulsa un aprendizaje cooperativo en el que los estudiantes no solo fortalecen su competencia digital, sino que también cuestionan y construyen narrativas propias de manera ética y responsable.

### **2.3. Periodismo escolar como herramienta para la alfabetización mediática crítica**

El proyecto de periodismo crítico escolar, en el marco del ABP, se presenta como una herramienta pedagógica particularmente adecuada para fomentar las competencias de alfabetización mediática crítica y la producción textual. Al simular el proceso de producción informativa, los estudiantes se enfrentan de manera práctica a los desafíos de la veracidad, el análisis de fuentes, la identificación de sesgos y la construcción de narrativas.

Al investigar, analizar y producir contenidos informativos para un noticiero, ya sea en formato escrito (periódico) o audiovisual, el alumnado desarrolla el pensamiento crítico y su capacidad para interpretar y cuestionar la información que circula en la sociedad digital contemporánea. Esto coincide con el planteamiento de Cassany (2012), quien enfatiza que estas prácticas no solo fortalecen el dominio técnico, sino que consolidan una identidad letrada activa y consciente del poder de los discursos.

La elaboración de un noticiero, especialmente en formato audiovisual, implica trabajar con competencias multimodales (Lankshear & Knobel, 2006), integrando texto, imagen y sonido. Esta experiencia práctica en la producción de contenido multimodal puede ser clave para desarrollar una comprensión más profunda de cómo se construyen los mensajes mediáticos y cómo pueden ser manipulados.

De esta manera, el aula se transforma en un espacio de construcción colectiva del conocimiento, donde la alfabetización mediática crítica es una herramienta clave para la formación de ciudadanos responsables y comprometidos, capaces de participar de manera activa y reflexiva en el ecosistema mediático actual.

## 3. Propuesta de investigación

### 3.1. Definición del problema

En un contexto de sobreinformación y desinformación digital, los adolescentes carecen frecuentemente de herramientas para identificar noticias falsas, evaluar críticamente los mensajes que reciben y construir textos informativos con rigurosidad. A partir de esta necesidad, la presente intervención propone una comparación entre tres metodologías para trabajar la alfabetización mediática crítica en 3º de ESO: (1) ABP gamificado mediante un proyecto de noticiario audiovisual; (2) ABP gamificado mediante la creación de un periódico escolar y un manual contra la desinformación; y (3) instrucción directa mediante explicaciones teóricas y ejercicios tradicionales. El objetivo general es determinar cuál de estas metodologías favorece más el desarrollo de la competencia mediática y comunicativa del alumnado.

### 3.2. Pregunta de investigación

¿Qué enfoque didáctico (instrucción directa, ABP gamificado con producción escrita o ABP gamificado con producción audiovisual) resulta más eficaz para fomentar la alfabetización mediática crítica y la producción de textos periodísticos en alumnado de 3º de ESO?

### 3.3. Hipótesis

Los estudiantes que trabajen mediante metodologías activas (ABP) obtendrán mejores resultados que aquellos que sigan la instrucción directa.

El enfoque audiovisual generará una mayor implicación y comprensión crítica en comparación con la producción escrita.

La calidad de los textos elaborados por los grupos ABP será superior, especialmente en aspectos como la originalidad, la veracidad y el análisis de la desinformación.

### 3.4. Objetivos

#### 3.4.1. Objetivo general

- Comparar la efectividad de tres metodologías didácticas en el desarrollo de la alfabetización mediática crítica y la producción de textos periodísticos en alumnado de 3º de ESO.

#### 3.4.2. Objetivos específicos

- Evaluar el progreso en conocimientos teóricos y prácticos sobre alfabetización mediática.
- Medir la calidad de los productos escritos según rúbricas específicas.
- Analizar la percepción del aprendizaje desde la perspectiva del alumnado.
- Comparar la implicación y la motivación observadas en cada grupo.

### 3.5. Diseño de la investigación

Se aplicará un diseño cuasi-experimental con grupos no equivalentes, compuesto por tres clases naturales de ESO. Cada grupo trabajará con una metodología distinta:

- **Grupo 0:** enseñanza tradicional (manual teórico, clase magistral, redacción individual).
- **Grupo 1:** ABP gamificado centrado en la creación de un periódico escolar y el desarrollo de un manual contra la desinformación.
- **Grupo 2:** ABP gamificado mediante el desarrollo de un noticiario audiovisual.

La intervención se organizará en seis sesiones. Todos los grupos realizarán un cuestionario pretest y postest (cuestionario teórico-práctico e IDIACOMM), además de una redacción individual evaluada mediante rúbrica y un cuestionario final de percepción del aprendizaje.

El enfoque de análisis será predominantemente cuantitativo, sustentado en pruebas estadísticas aplicadas a los instrumentos recogidos. No obstante, se prevé que la interpretación de algunos resultados pueda enriquecerse mediante observaciones realizadas durante la intervención y la lectura transversal de las respuestas abiertas del cuestionario de percepción, lo que permitiría matizar ciertas conclusiones y aportar ejemplos representativos.

Aunque no se contempla una coevaluación formal como instrumento específico de análisis, se fomentarán dinámicas colaborativas propias del ABP, como la lectura compartida, la discusión entre iguales y la toma de decisiones consensuada. Estas interacciones formarán parte del marco metodológico implementado, aunque no se analizarán como variable independiente.

En consecuencia, la propuesta se plantea como una intervención evaluativa centrada en la mejora de resultados de aprendizaje mediante el uso de metodologías activas en el marco de la educación secundaria, con un análisis de tipo cuantitativo complementado con elementos cualitativos de apoyo a la interpretación.

## 4. Intervención Educativa

La intervención educativa se desarrollará como una secuencia didáctica integrada dentro de la asignatura de Lengua castellana y literatura de 3º de ESO. Se aplicará a tres grupos naturales del Institut Ramon Berenguer IV, en el marco del horario lectivo ordinario, durante seis sesiones distribuidas en el tercer trimestre del curso.

Cada grupo trabajará con una metodología distinta:

- **Grupo 0:** recibirá instrucción directa basada en explicaciones teóricas y ejercicios escritos.
- **Grupo 1:** desarrollará un periódico escolar mediante aprendizaje basado en proyectos (ABP) con enfoque gamificado, organizado a través de una narrativa común, la asunción de roles funcionales (dirección, redacción, edición, maquetación, etc.) y el uso de herramientas digitales de diseño y publicación.
- **Grupo 2:** elaborará un noticiario audiovisual también mediante ABP gamificado, con la misma estructura narrativa y funcional que el Grupo 1, pero incorporando además la producción e interpretación en vídeo, el uso de tecnologías audiovisuales (croma, edición, realización) y una puesta en escena basada en simulación profesional.

En ambos casos, la dimensión gamificada se fundamenta en el uso de elementos propios del juego —como la narrativa, la colaboración estructurada, los retos progresivos, la retroalimentación inmediata y una estética cuidada— para potenciar la implicación, la motivación y la autonomía del alumnado (Deterding et al., 2011). El Grupo 2, además, trabaja con un lenguaje audiovisual que incorpora competencias adicionales como la expresión oral, la interpretación y la planificación técnica.

La secuencia tiene como objetivos promover la alfabetización mediática crítica, fomentar el pensamiento reflexivo y mejorar la producción textual del alumnado, tanto en su vertiente escrita como oral y digital. La intervención se apoya en herramientas digitales como Google Classroom, Drive, Canva y OBS Studio, así como en materiales didácticos adaptados, dentro de un entorno tecnológicamente preparado y con implicación activa del equipo docente.

La propuesta se articula como una experiencia de innovación didáctica alineada con el currículo por competencias de la LOMLOE y con el proyecto educativo del centro, integrando metodologías activas, tecnología significativa y una dimensión ciudadana crítica orientada a enfrentar los retos de la desinformación.

## 5. Método

### 5.1. Participantes

El estudio se ha llevado a cabo en el Institut Ramon Berenguer IV de Amposta, un municipio urbano con una tradición educativa consolidada. Este centro destaca por su implicación en programas de innovación pedagógica, lo que lo convierte en un entorno idóneo para implementar propuestas metodológicas alternativas como el aprendizaje basado en proyectos.

La muestra está formada por un total de 63 estudiantes de 3º de ESO, distribuidos en tres grupos naturales: G0 (n = 21), G1 (n = 25) y G2 (n = 17). La edad del alumnado oscila entre los 14 y 15 años, en consonancia con la franja normativa del nivel educativo. En cuanto a la variable sexo, el 52,38 % de los participantes se identifican como varones y el 47,61 % como mujeres. La práctica totalidad del alumnado reside en Amposta, salvo dos estudiantes de una localidad vecina.

En cuanto a la intervención, el grupo G0 trabajó mediante enseñanza tradicional; el grupo G1 desarrolló un proyecto de periódico escolar mediante ABP y el grupo G2 llevó a cabo una experiencia de ABP con soporte digital centrado en la producción de un noticiario audiovisual.

Se establecieron los siguientes criterios para la inclusión en el estudio:

- Estar matriculado en el centro durante el curso académico en que se realizó la intervención.
- Presentar una asistencia regular a las sesiones programadas.

Los criterios de exclusión fueron:

- Ausencias superiores al 20 % del total de sesiones.
- Realización incompleta de las pruebas de evaluación (por ejemplo, completar solo el pretest o el postest).

La intervención se llevó a cabo en las aulas habituales de docencia, en el marco de las prácticas externas del máster y bajo la supervisión de la mentora del centro, garantizando en todo momento el respeto a los principios éticos de intervención educativa. La composición de los grupos se mantuvo estable a lo largo de las seis sesiones de intervención, lo que permitió un seguimiento continuo y coherente de los datos recogidos.

Consideraciones adicionales sobre las características de los grupos que pudieron influir en la intervención y los resultados:

- El grupo G1 presentaba una media de calificaciones generales superior a la de los otros grupos.
- El grupo G2 incluía varios alumnos con conductas disruptivas que pudieron incidir en el ritmo de trabajo y la dinámica grupal.
- El grupo G0 era el más homogéneo en cuanto a rendimiento académico y comportamiento observado.

La asignación de las metodologías a cada grupo natural se realizó atendiendo a criterios pedagógicos y organizativos. Se optó por asignar la propuesta de ABP con periódico escolar (G1) al grupo con mayor rendimiento, mientras que la metodología de instrucción tradicional (G0) se destinó al grupo más homogéneo para favorecer la estabilidad del tratamiento y la fiabilidad comparativa. El grupo G2, con mayor diversidad interna, trabajó con la metodología ABP de noticiario audiovisual, que por su dinamismo y enfoque práctico podía favorecer la implicación de perfiles variados.

## 5.2. Variables

El diseño de la investigación contempla una variable independiente y diversas variables dependientes para evaluar el impacto de las metodologías aplicadas.

- Variable independiente: La metodología didáctica implementada en cada grupo. Esta variable presenta tres niveles:
  - Grupo G0: Enseñanza tradicional basada en instrucción directa mediante manual teórico y clases magistrales.
  - Grupo G1: Aprendizaje basado en proyectos (ABP) gamificado orientado a la elaboración de un periódico escolar y la creación de un manual contra la desinformación.
  - Grupo G2: Aprendizaje basado en proyectos (ABP) gamificado mediante la producción de un noticiario audiovisual.
- Variables dependientes: Se evaluaron múltiples dimensiones relacionadas con la alfabetización mediática crítica y la experiencia de aprendizaje:
  - Nivel de conocimientos teóricos y prácticos sobre alfabetización mediática y comunicación crítica.
  - Nivel de alfabetización mediática crítica en dimensiones específicas (Información crítica, Comunicación crítica, Políticas TIC y ética, Exposición digital), evaluado mediante un instrumento validado.
  - Calidad de la competencia crítica escrita en la producción de textos periodísticos.
  - Percepción del alumnado sobre la experiencia de aprendizaje, incluyendo la utilidad percibida y el grado de implicación.

## 5.3. Instrumentos de recogida de datos

Para recabar datos relevantes sobre los efectos de las distintas metodologías aplicadas, se emplearon diversos instrumentos, tanto validados como de elaboración propia. A continuación, se describen los principales recursos utilizados en el proceso:

- Cuestionario **teórico-práctico ad hoc** (apéndice A): Instrumento de elaboración propia compuesto por 20 ítems (10 de carácter teórico y 10 de tipo práctico). Fue diseñado a partir

del manual didáctico y se centró en contenidos curriculares sobre comunicación y desinformación. Este cuestionario se administró en formato pre y postest a los tres grupos.

- Cuestionario **IDIACOMM** (apéndice B): Instrumento validado para la evaluación de la alfabetización mediática crítica. Se aplicó en su totalidad, pero para el análisis cuantitativo se seleccionaron los ítems correspondientes a las siguientes dimensiones, conforme al marco original del cuestionario y siguiendo un criterio temático alineado con los objetivos de esta investigación:
  - **Información crítica:** B8.1, B8.2, B8.3, B8.4
  - **Comunicación crítica:** B2.4, B2.5, B2.6, B2.8, B4.4, B4.5, B4.6, B4.8, B6.2, B6.3, B6.4
  - **Políticas TIC y ética:** B11.9.1, B11.10.1, B11.11.1, B11.12.1, B11.13.1, B11.15.1
  - **Exposición digital:** B1.1, B1.2, B1.3 Las respuestas cuantitativas fueron transformadas a una escala de 0 a 10 puntos. En la dimensión Exposición digital, se aplicó una recodificación dicotómica: valores 2 (casa) y 3 (casa + escuela) se codificaron como 1 (exposición en casa); valores 0 (no utiliza) y 1 (solo escuela) se codificaron como cero (sin exposición en casa). La estructura de codificación y análisis cuantitativo puede consultarse en el apéndice B. Además de los ítems cerrados, este cuestionario incluía preguntas de respuesta abierta, cuyos datos cualitativos fueron considerados para complementar la interpretación de los resultados cuantitativos, tal como se describe en el apartado 5.5.
- **Rúbrica de producción escrita** (apéndice C): Instrumento diseñado específicamente para evaluar ocho dimensiones vinculadas a la alfabetización mediática crítica en textos periodísticos: veracidad de la información, identificación de intención comunicativa, detección de técnicas de manipulación, análisis de sesgos, verificación y uso de fuentes, estructura y claridad del texto, corrección lingüística y creatividad/originalidad. La rúbrica se aplicó sobre una única redacción entregada por el alumnado en distintos momentos según el grupo, actuando como punto de partida del proyecto en los grupos ABP y como actividad final en el grupo tradicional. En los casos en los que los alumnos participaron en las actividades previas pero no entregaron redacción, se les asignó una puntuación de 0. Los alumnos completamente ausentes del proceso fueron excluidos del análisis.
- **Cuestionario de percepción de la experiencia de aprendizaje** (apéndice D): Cuestionario de elaboración propia compuesto por seis ítems con escala tipo Likert (1 a 10). Estuvo orientado a medir la percepción del alumnado sobre el aprendizaje, la utilidad de las actividades y el nivel de implicación. Fue administrado una sola vez, al finalizar la intervención. Este cuestionario también contenía preguntas de respuesta abierta, cuyos datos cualitativos

fueron utilizados para enriquecer la interpretación de los resultados cuantitativos, como se detalla en el apartado 5.5.

- **Manual teórico de contenidos** (apéndice F): Recurso elaborado a partir de fuentes oficiales y del currículo de educación secundaria. Fue utilizado como base principal de la instrucción directa en el grupo G0 y estuvo disponible en Google Classroom para consulta autónoma en los grupos G1 y G2.

Todo el material didáctico, así como las actividades y cuestionarios, fueron organizados, distribuidos y gestionados a través de la plataforma Google Classroom. Tanto el cuestionario teórico-práctico como el material de apoyo fueron elaborados tomando como inspiración recursos divulgativos y educativos disponibles públicamente, adaptando ejemplos reales y ejercicios disponibles en línea, respetando el enfoque didáctico, el currículo de secundaria y los objetivos específicos de la intervención.

## 5.4. Procedimiento

La intervención se desarrolló durante el tercer trimestre del curso escolar, con una duración total de cuatro semanas. Cada grupo trabajó con una variante metodológica distinta, respetando la carga horaria y los contenidos curriculares establecidos en el área de Lengua castellana y literatura de 3º de ESO.

Al inicio de la intervención, se proporcionó a todo el alumnado una presentación general del proyecto (véase apéndice E). Seguidamente, se aplicaron los cuestionarios pretest (teórico-práctico e IDIACOMM) a todos los grupos de forma consecutiva (véanse apéndices A y B). Paralelamente, se puso a disposición de todos los grupos un manual teórico de contenidos (apéndice F) a través de Google Classroom para consulta autónoma, aunque su uso varió según la metodología de cada grupo, como se detalla a continuación. Posteriormente, se implementaron las distintas metodologías de intervención:

- **El grupo G0 (instrucción directa)** trabajó de forma secuencial los contenidos del **manual teórico** (apéndice F), intercalando explicaciones magistrales con ejercicios pautados en el aula. El manual constituyó la base principal de la instrucción recibida. En la sesión 4, este grupo desarrolló la actividad específica de redacción (apéndice G).
- **El grupo G1 (ABP Proyecto Periódico)** desarrolló un proyecto de creación de un periódico escolar gamificado. Organizados por equipos con funciones diferenciadas y emulando el funcionamiento de una redacción periodística real, cada equipo asumió responsabilidades concretas (redacción, dirección, diseño, publicidad) y contó con un responsable coordinado por un equipo de dirección general. Este enfoque se planteó desde un ABP clásico con proyecto escrito, sin soporte audiovisual. Partieron de una situación inicial vinculada a la

redacción de una noticia falsa, a partir de la cual planificaron el proyecto. Como parte del producto final de su ABP, el Grupo 1 **elaboró un manual para detectar noticias falsas**, aplicando los conocimientos adquiridos de forma práctica. Se presenta la guía de proyecto correspondiente en el apéndice H. El **manual teórico general** (apéndice F) estuvo disponible para su consulta como recurso de apoyo, pero no fue la base de la instrucción directa.

- **El grupo G2 (ABP Proyecto Noticiero Audiovisual)** llevó a cabo un proyecto de creación de un noticiero audiovisual gamificado. A partir de la redacción de una noticia falsa, el alumnado trabajó en equipos funcionales, emulando la estructura de una productora audiovisual. Se crearon equipos diferenciados: redacción (encargados del guión general del noticiero y los diálogos), realización (grabación, montaje y edición de vídeo), dirección/presentadores (dos alumnos responsables de conducir el noticiero y coordinar el resto de equipos) y publicidad (encargados de diseñar e insertar los anuncios audiovisuales). Esta organización por funciones permitió desarrollar un entorno cooperativo donde cada grupo asumió un rol profesional específico. Se presenta la guía de proyecto correspondiente en el apéndice H. El **manual teórico general** (apéndice F) estuvo disponible para su consulta como recurso de apoyo, pero no fue la base de la instrucción directa.

Durante las semanas de intervención, se mantuvieron registros de asistencia y seguimiento en aula. Finalizadas las actividades, se aplicaron los cuestionarios posttest a todos los grupos, respetando los formatos previos.

La redacción evaluada mediante rúbrica se realizó en un único momento y varió según el grupo (apéndice C):

- En el grupo **G0**, la actividad de redacción se realizó al final del proceso, una vez trabajados los contenidos del manual teórico.
- En los grupos **G1** y **G2**, la redacción se utilizó como punto de partida del proyecto, antes de desarrollar los contenidos, actuando como detonante metodológico.

El cuestionario de autoevaluación fue administrado una sola vez, al finalizar el proceso en todos los grupos, con el objetivo de recoger la percepción del alumnado sobre el aprendizaje y la metodología (apéndice D).

Todos los datos fueron recogidos y anonimizados siguiendo criterios éticos de intervención educativa y tratados posteriormente con el software JASP para su análisis estadístico (véanse apéndices J y K).

La intervención se llevó a cabo entre los días 17 de marzo y 11 de abril del 2025, distribuyéndose en seis sesiones principales por grupo dentro del área de Lengua Castellana y Literatura. La planificación contempló una sesión inicial para la aplicación de los cuestionarios

pretest, cuatro sesiones para el desarrollo metodológico y una sesión final para la evaluación (postest y autoevaluación). Esta calendarización respetó la estructura semanal del horario lectivo de la materia.

## 5.5. Metodología utilizada para el análisis de datos

Las respuestas recabadas, tanto cuantitativas como cualitativas (provenientes de las preguntas abiertas de los cuestionarios IDIACOMM y de percepción), fueron organizadas, codificadas y anonimizadas inicialmente mediante Google Sheets. Posteriormente, los datos cuantitativos se exportaron para su tratamiento estadístico en el software JASP (versión 0.19.3 Apple Silicon).

Se aplicaron los siguientes procedimientos estadísticos para el análisis de los datos cuantitativos:

- **Análisis descriptivo inicial**, con cálculo de medias y desviaciones típicas (M, DT) para cada dimensión o variable evaluada (por ejemplo: Teoría, Práctica, Comunicación crítica, etc.).
- **Prueba t de Student** para muestras relacionadas, aplicada individualmente a cada grupo para contrastar los resultados pretest y postest. En los casos en que no se cumplió el supuesto de normalidad (verificado mediante la prueba de Shapiro-Wilk), se utilizó la prueba no paramétrica de Wilcoxon.
- **ANOVA de un factor** para la comparación entre grupos. Este análisis se aplicó a los resultados del pretest para verificar la equivalencia inicial de los grupos, al postest para identificar diferencias atribuibles a las metodologías y a las mejoras (diferencias post-pre) para determinar qué grupo mostró mayor progreso. En los casos en que no se cumplió el supuesto de homogeneidad de varianzas (prueba de Levene), se aplicó la corrección de Welch. Las comparaciones entre pares se realizaron mediante pruebas post hoc (Tukey o Welch), cuando fue necesario.

El nivel de significación establecido para todos los contrastes cuantitativos fue  $p < .05$ , y las pruebas solo se aplicaron cuando se cumplían los supuestos estadísticos correspondientes.

Además, se analizaron dos instrumentos aplicados una única vez:

- La actividad de redacción, evaluada mediante una rúbrica de 8 ítems, fue analizada mediante ANOVA de un factor para detectar diferencias entre grupos (apéndice C).
- El cuestionario de percepción de la experiencia de aprendizaje, aplicado tras la intervención, también fue analizado mediante ANOVA y comparaciones de medias por grupo (apéndice D).

Ambos instrumentos fueron tratados con el mismo rigor metodológico cuantitativo, aplicando correcciones de Welch si era necesario y respetando los supuestos previos a la interpretación de los resultados.

---

Respecto a las respuestas de formato abierto incluidas en los cuestionarios IDIACOMM y de percepción, se realizó una lectura exploratoria para identificar las percepciones, justificaciones y comentarios más relevantes expresados por el alumnado en relación con los temas de estudio y la experiencia de aprendizaje. El propósito de incorporar estos datos cualitativos fue el de complementar y enriquecer la interpretación de los resultados cuantitativos, aportando contexto y ejemplos ilustrativos desde la perspectiva de los participantes. No se aplicó una metodología de análisis cualitativo en profundidad (como análisis temático o de contenido exhaustivo) a estas respuestas, dado que el enfoque principal de la presente investigación es de carácter cuantitativo y el alcance del estudio se centra en la comparación estadística de los resultados entre grupos. Los fragmentos cualitativos seleccionados se presentan en la discusión de resultados para ilustrar y dar voz a las experiencias del alumnado, apoyando las conclusiones derivadas del análisis numérico.

Este análisis, predominantemente cuantitativo y complementado por la exploración cualitativa, permitió contrastar las hipótesis planteadas y ofrecer una visión completa del impacto de cada metodología sobre las dimensiones evaluadas.

## 6. Resultados

### 6.1. Introducción a los resultados

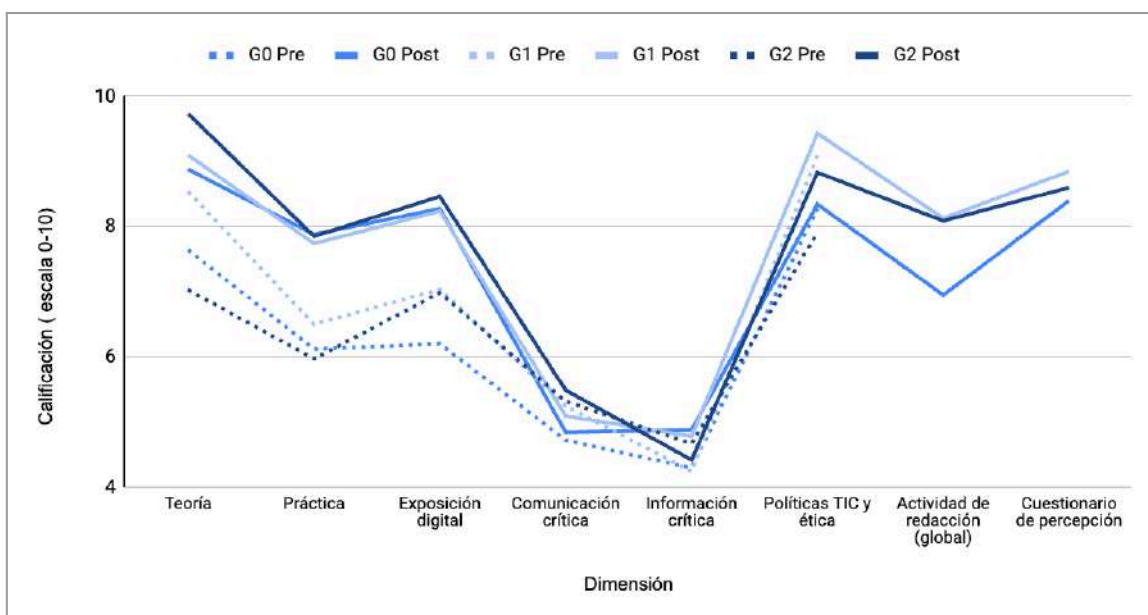
A continuación, se presentan los resultados obtenidos tras la aplicación de las tres metodologías implementadas en el aula. El análisis se organiza en distintos apartados que permiten valorar, en primer lugar, si cada grupo ha experimentado mejoras internas (pre-post), y posteriormente comparar los efectos diferenciales de cada metodología. También se analizan los resultados de la actividad de redacción y la valoración final del alumnado.

Para este análisis se utilizaron únicamente los cuestionarios válidos, con tamaños muestrales que oscilan entre 17 y 25 participantes por grupo y por dimensión, según los casos. Como punto de partida, se ofrece una visualización global de las medias pretest y postest en las distintas dimensiones, lo que permite observar de forma sintética la evolución general de los tres grupos en el conjunto de indicadores evaluados.

**Tabla 1** - Medias pretest, postest y puntuaciones únicas por dimensión y grupo.

Dimensión / Variable	G0 Pre (DT)	G0 Post (DT)	G1 Pre (DT)	G1 Post (DT)	G2 Pre (DT)	G2 Post (DT)
Teoría	7.143 (1.931)	8.381 (1.746)	8.040 (1.767)	8.600 (1.826)	6.529 (2.095)	9.235 (1.091)
Práctica	5.619 (1.564)	7.381 (2.418)	6.000 (1.500)	7.240 (2.067)	5.471 (2.183)	7.353 (1.766)
Exposición digital	5.700 (1.834)	7.778 (2.538)	6.536 (0.668)	7.739 (1.855)	6.484 (0.787)	7.964 (2.025)
Comunicación crítica	4.220 (1.532)	4.340 (1.658)	4.742 (1.175)	4.591 (1.405)	4.818 (1.569)	4.989 (1.532)
Información crítica	3.792 (1.375)	4.381 (1.279)	3.740 (0.959)	4.280 (0.902)	4.167 (1.085)	3.917 (1.101)
Políticas TIC y ética	7.777 (2.234)	7.846 (2.431)	8.599 (2.023)	8.933 (1.793)	7.408 (2.440)	8.333 (1.714)
Actividad de redacción	—	6.45 (0.94)	—	7.63 (1.29)	—	7.59 (1.63)
Cuestionario de percepción	—	7.90 (1.59)	—	8.35 (1.43)	—	8.10 (1.29)

*Nota.* Las dimensiones Teoría y Práctica proceden de un cuestionario específico aplicado por el investigador, y no forman parte del IDIACOMM. Las desviaciones típicas aparecen entre paréntesis. Para los cuestionarios únicos se muestra la media global. Véase el análisis detallado en los apartados 7.2 a 7.7.



**Figura 1 - Evolución media pretest y posttest por dimensión y grupo.**

*Nota.* Elaboración propia a partir de las medias descriptivas pre y post de cada grupo (véase Tabla 1). Este gráfico no tiene significación estadística.

## 6.2. Evaluación de mejoras dentro de cada grupo (t-student)

Se presentan, a continuación, los resultados del análisis de mejoras dentro de cada grupo mediante la comparación de medias pretest y posttest. Para cada dimensión se aplicó la prueba t de Student para muestras relacionadas, y en aquellos casos en que no se cumplió el supuesto de normalidad (verificado mediante la prueba de Shapiro-Wilk), se utilizó la prueba no paramétrica de Wilcoxon.

### 6.2.1. Grupo 0 - Metodología clásica

Se observaron mejoras estadísticamente significativas en Teoría ( $t(20) = -2.161$ ,  $p = .043$ ), Práctica ( $t(20) = -2.663$ ,  $p = .015$ ) e Información crítica ( $t(20) = -2.556$ ,  $p = .019$ ). También se detectó una mejora destacable en Exposición digital, analizada con Wilcoxon debido a la falta de normalidad ( $W = 0.729$ ,  $p < .001$ ;  $V = 15.000$ ,  $p = .005$ ).

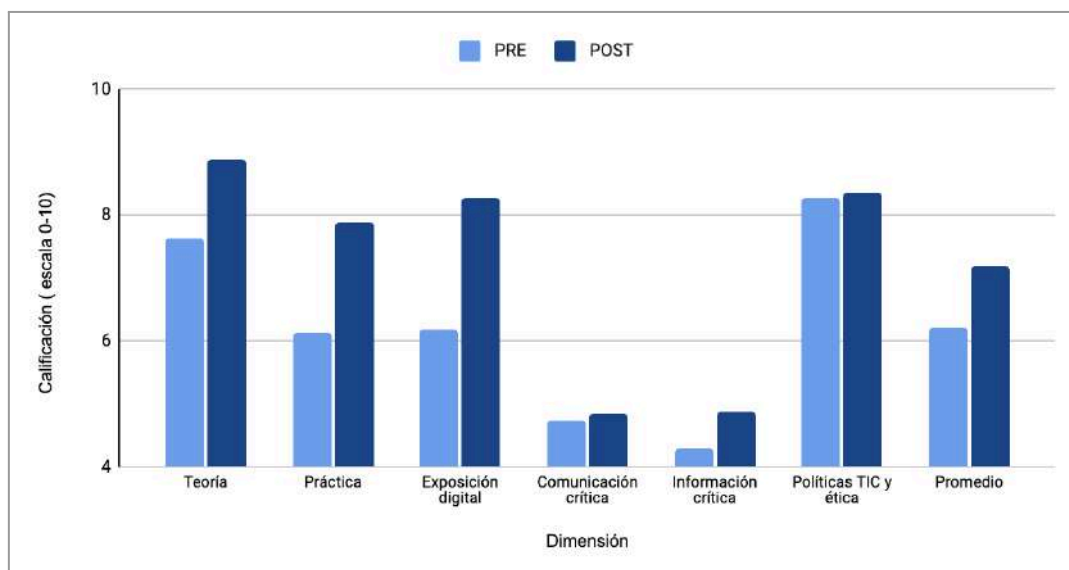
No se observaron mejoras relevantes en Comunicación crítica ( $t(20) = -0.134$ ,  $p = .895$ ) ni en Políticas TIC y ética, evaluada con Wilcoxon debido a la no normalidad ( $W = 0.849$ ,  $p = .004$ ;  $V = 37.000$ ,  $p = .904$ ).

**Tabla 2 - Resultados del grupo 0 en la comparación pretest/posttest.**

Dimensión	M Pre (DT)	M Post (DT)	Prueba	df	Estadístico	p	Resultado
Teoría	7.143 (1.931)	8.381 (1.746)	t-Student	20	-2.161	.043	Mejora significativa
Práctica	5.619 (1.564)	7.381 (2.418)	t-Student	20	-2.663	.015	Mejora significativa
Exposición digital	5.700 (1.834)	7.778 (2.538)	Wilcoxon	—	$V = 15.000$	.005	Mejora significativa
Comunicación crítica	4.220 (1.532)	4.340 (1.658)	t-Student	20	-0.134	.895	No significativa

Dimensión	M Pre (DT)	M Post (DT)	Prueba	df	Estadístico	p	Resultado
Información crítica	3.792 (1.375)	4.381 (1.279)	t-Student	20	-2.556	.019	Mejora significativa
Políticas TIC y ética	7.777 (2.234)	7.846 (2.431)	Wilcoxon	—	V = 37.000	.904	No significativa

*Nota.* Medias descriptivas y resultados del grupo 0 en la prueba t de Student o Wilcoxon por dimensión.



**Figura 2 - Comparación visual de mejoras pre-post en el grupo 0.**

*Nota.* Gráfico de barras que compara visualmente las medias pretest y posttest del grupo 0. Este gráfico no muestra significación estadística; los resultados de las pruebas estadísticas se presentan en la Tabla 2.

### 6.2.2. Grupo 1 - ABP proyecto periódico

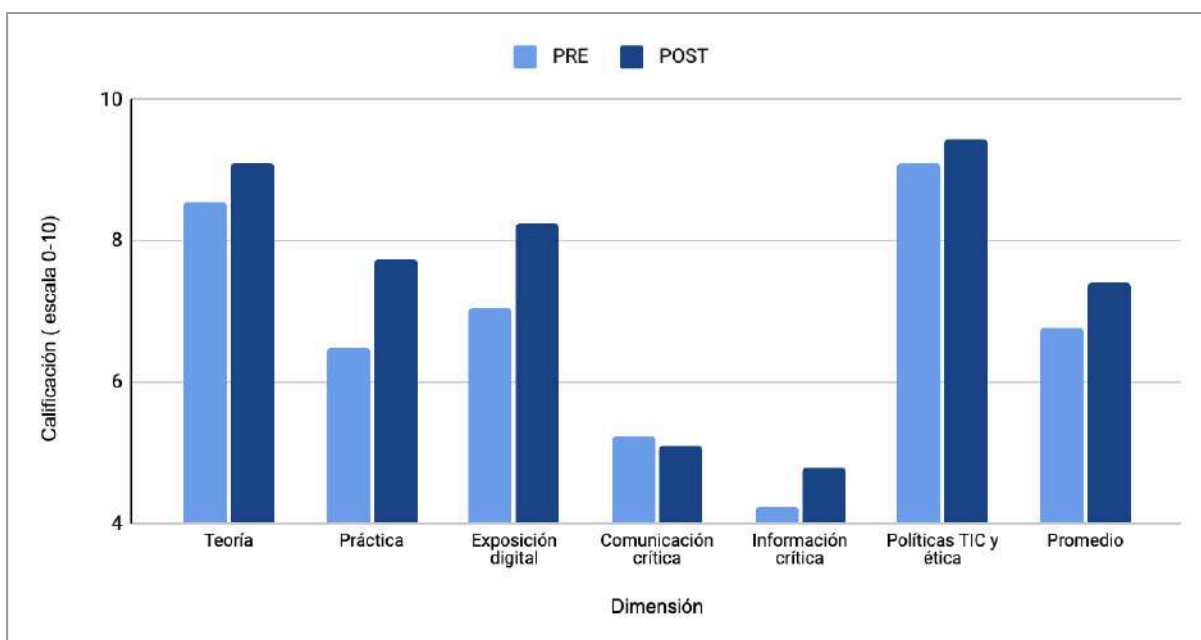
En este grupo se observaron mejoras importantes en Práctica ( $t(24) = -2.580$ ,  $p = .016$ ), Exposición digital ( $W = 0.729$ ,  $p < .001$ ;  $V = 10.500$ ,  $p = .037$ ) e Información crítica ( $t(24) = -2.304$ ,  $p = .030$ ).

No se detectaron mejoras en Teoría ( $t(24) = -1.231$ ,  $p = .230$ ), Comunicación crítica ( $t(24) = 0.717$ ,  $p = .480$ ) ni en Políticas TIC y ética ( $W = 0.867$ ,  $p = .004$ ;  $V = 27.000$ ,  $p = .185$ ).

**Tabla 3 - Resultados del grupo 1 en la comparación pretest/posttest.**

Dimensión	M Pre (DT)	M Post (DT)	Prueba	df	Estadístico	p	Resultado
Teoría	8.040 (1.767)	8.600 (1.826)	t-Student	24	-1.231	.230	No significativa
Práctica	6.000 (1.500)	7.240 (2.067)	t-Student	24	-2.580	.016	Mejora significativa
Exposición digital	6.536 (0.668)	7.739 (1.855)	Wilcoxon	—	V = 10.500	.037	Mejora significativa
Comunicación crítica	4.742 (1.175)	4.591 (1.405)	t-Student	24	.717	.480	No significativa
Información crítica	3.740 (0.959)	4.280 (0.902)	t-Student	24	-2.304	.030	Mejora significativa
Políticas TIC y ética	8.599 (2.023)	8.933 (1.793)	Wilcoxon	—	V = 27.000	.185	No significativa

*Nota.* Medias descriptivas y resultados del grupo 1 en la prueba t de Student o Wilcoxon por dimensión.



**Figura 3 - Comparación visual de mejoras pre-post en el grupo 1.**

*Nota.* Gráfico de barras que compara visualmente las medias pretest y postest del grupo 1. Este gráfico no representa significación estadística; los resultados de las pruebas estadísticas se presentan en la Tabla 3.

### 6.2.3. Grupo 2 - ABP proyecto noticiario

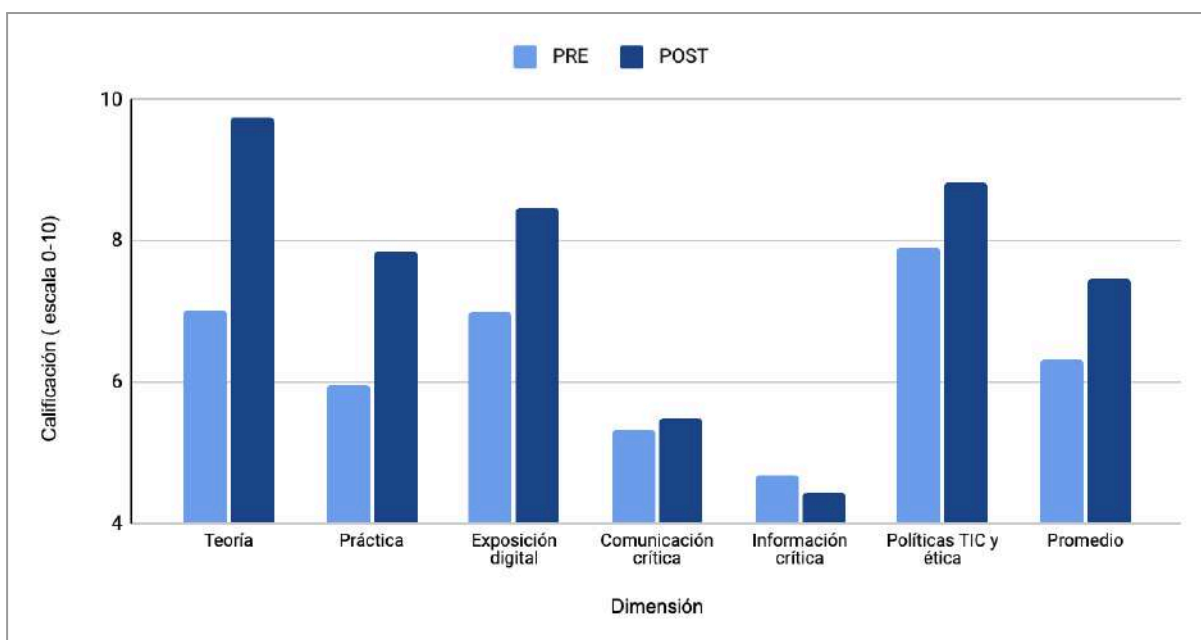
Este grupo presentó mejoras estadísticamente relevantes en Teoría ( $t(16) = -4.519, p < .001$ ) y Práctica ( $t(16) = -2.861, p = .011$ ). En Exposición digital, debido a la falta de normalidad ( $W = 0.753, p < .001$ ), se aplicó la prueba de Wilcoxon, obteniéndose un resultado marginalmente significativo ( $V = 9.500, p = .059$ ).

No se observaron mejoras en Comunicación crítica ( $t(16) = -0.201, p = .843$ ), Información crítica ( $W = 0.869, p = .021; V = 56.000, p = .480$ ) ni en Políticas TIC y ética ( $W = 0.862, p = .016; V = 33.000, p = .223$ ).

**Tabla 4 - Resultados del grupo 2 en la comparación pretest/postest.**

Dimensión	M Pre (DT)	M Post (DT)	Prueba	df	Estadístico	p	Resultado
Teoría	6.529 (2.095)	9.235 (1.091)	t-Student	16	-4.519	<.001	Mejora significativa
Práctica	5.471 (2.183)	7.353 (1.766)	t-Student	16	-2.861	.011	Mejora significativa
Exposición digital	6.484 (0.787)	7.964 (2.025)	Wilcoxon	—	$V = 9.500$	.059	Mejora marginal
Comunicación crítica	4.818 (1.569)	4.989 (1.532)	t-Student	16	-0.201	.843	No significativa
Información crítica	4.167 (1.085)	3.917 (1.101)	Wilcoxon	—	$V = 56.000$	.480	No significativa
Políticas TIC y ética	7.408 (2.440)	8.333 (1.714)	Wilcoxon	—	$V = 33.000$	.223	No significativa

*Nota.* Medias descriptivas y resultados del grupo 2 en la prueba t de Student o Wilcoxon por dimensión.



**Figura 4** - Comparación visual de mejoras pre-post en el grupo 2.

*Nota.* Gráfico de barras que compara visualmente las medias pretest y posttest del grupo 2. Este gráfico no representa significación estadística; los resultados de las pruebas estadísticas se presentan en la Tabla 4.

### 6.3. Comparación entre grupos en el pretest (ANOVA)

Seguidamente se muestra la comparación de puntuaciones obtenidas por los tres grupos en el cuestionario pretest aplicado antes de iniciar la intervención. Este análisis permite valorar la equivalencia inicial entre grupos en las dimensiones evaluadas.

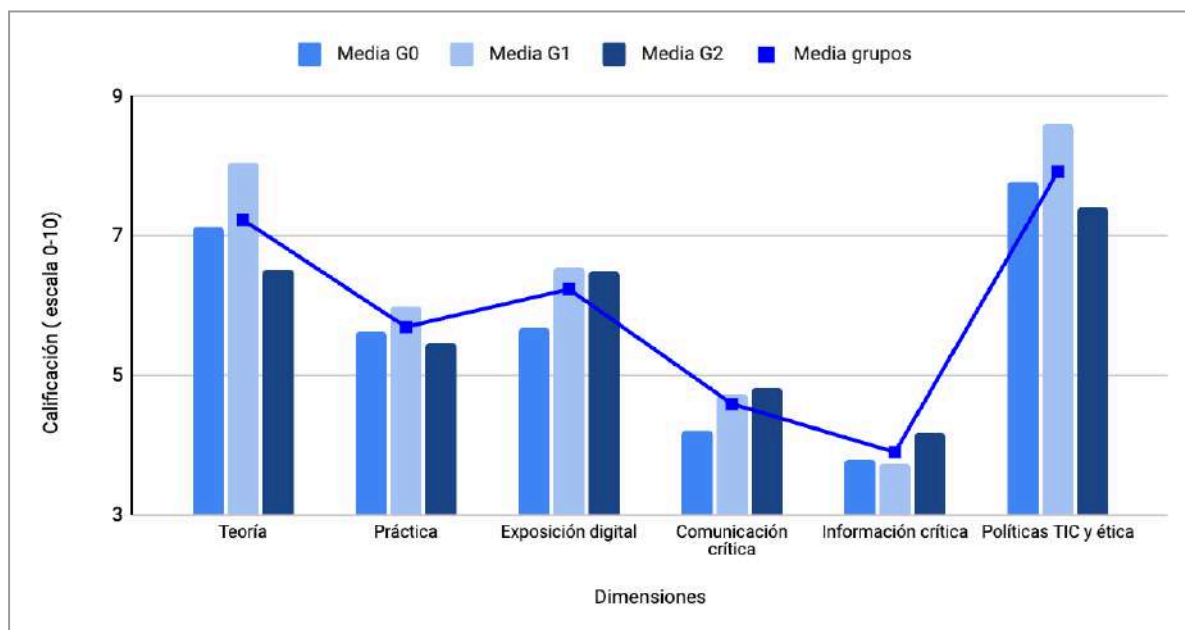
**Tabla 5** - Comparación de puntuaciones pretest entre los tres grupos.

Dimensión	G0 (M, DT)	G1 (M, DT)	G2 (M, DT)	F	p	Levene Welch	p Welch	Post Hoc (Tukey/Welch)	
Teoría	7.143 (1.931)	8.040 (1.767)	6.529 (2.095)	3.310	.043	.679	—	No significativo	
Práctica	5.619 (1.564)	6.000 (1.500)	5.471 (2.183)	0.540	.586	.088	—	No significativo	
Exposición digital	5.696 (1.836)	6.536 (0.668)	6.484 (0.787)	3.352	.041	<.001	2.209	.124	No significativo
Comunicación crítica	4.220 (1.532)	4.742 (1.175)	4.818 (1.569)	1.191	.311	.287	—	No significativo	
Información crítica	3.792 (1.375)	3.740 (0.959)	4.167 (1.085)	0.806	.451	.437	—	No significativo	
Políticas TIC y ética	7.777 (2.234)	8.599 (2.023)	7.408 (2.440)	1.676	.195	.647	—	No significativo	

*Nota.* Medias y desviaciones típicas (M, DT), resultados de ANOVA, prueba de homogeneidad de Levene, corrección de Welch y comparaciones post hoc.

Se analizaron las puntuaciones obtenidas por los tres grupos en las distintas dimensiones del cuestionario pretest. No se encontraron diferencias estadísticamente significativas en la mayoría de los ítems. En la dimensión Teoría se detectó una diferencia significativa ( $F(2,60) = 3.310$ ,  $p = .043$ ), aunque las comparaciones post hoc no revelaron diferencias entre pares. En Exposición digital se

aplicó la corrección de Welch debido a la falta de homogeneidad de varianzas ( $p = .124$ ), sin que se observaran diferencias destacables.



**Figura 5 - Medias pretest por dimensión en los tres grupos.**

*Nota.* Gráfico que compara visualmente las medias por dimensión entre los tres grupos en el cuestionario pretest (IDIACOMM + Cuestionario Ad hoc). Este gráfico no representa significación estadística; los resultados de los análisis ANOVA se presentan en la Tabla 5.

#### 6.4. Comparación entre grupos en el postest (ANOVA)

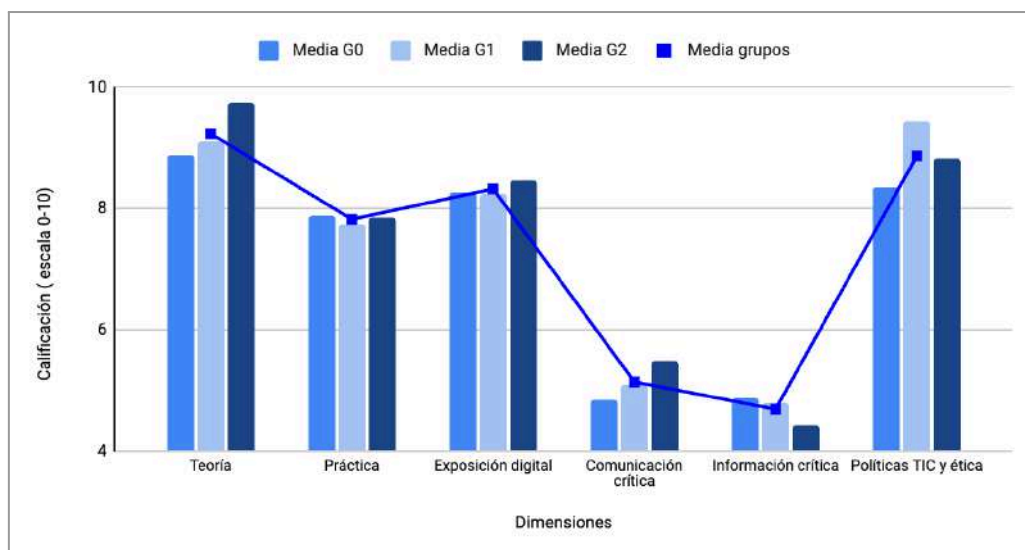
Aquí se muestran los resultados de los cuestionarios postest, administrados tras la finalización de la intervención. Se comparan las puntuaciones entre grupos para determinar si se produjeron diferencias atribuibles a las metodologías aplicadas.

**Tabla 6 - Medias postest por dimensión en los tres grupos.**

Dimensión	G0 (M, DT)	G1 (M, DT)	G2 (M, DT)	F	p	Levene	Welch	p Welch	Post Hoc (Tukey/Welch)
Teoría	8.381 (1.746)	8.600 (1.826)	9.235 (1.091)	1.361	.264	.131	—	—	No significativo
Práctica	7.381 (2.418)	7.240 (2.067)	7.353 (1.766)	0.030	.972	.761	—	—	No significativo
Exposición digital	7.779 (2.538)	7.735 (1.855)	7.964 (2.025)	0.063	.939	.431	—	—	No significativo
Comunicación crítica	4.340 (1.658)	4.589 (1.405)	4.989 (1.532)	0.924	.402	.744	—	—	No significativo
Información crítica	4.375 (1.279)	4.280 (0.902)	3.917 (1.101)	0.955	.390	.708	—	—	No significativo
Políticas TIC y ética	7.846 (2.431)	8.933 (1.793)	8.333 (1.714)	1.766	.179	.380	—	—	No significativo

*Nota.* Medias y desviaciones típicas (M, DT), resultados de ANOVA, prueba de homogeneidad de Levene, corrección de Welch y comparaciones post hoc.

Se compararon los resultados obtenidos en el postest entre los tres grupos. No se hallaron diferencias estadísticamente significativas en ninguna dimensión. Aunque algunas medias fueron más elevadas en determinados grupos, como en Teoría para el grupo 2, los análisis no reflejan efectos notables ( $p > .05$  en todos los casos).



**Figura 6 - Medias posttest por dimensión en los tres grupos.**

*Nota.* Gráfico que compara visualmente las medias por dimensión entre los tres grupos en el cuestionario posttest (IDIACOMM + Cuestionario Ad hoc). Este gráfico no representa significación estadística; los resultados de los análisis ANOVA se presentan en la Tabla 6.

## 6.5. Comparación de mejoras entre metodologías (ANOVA)

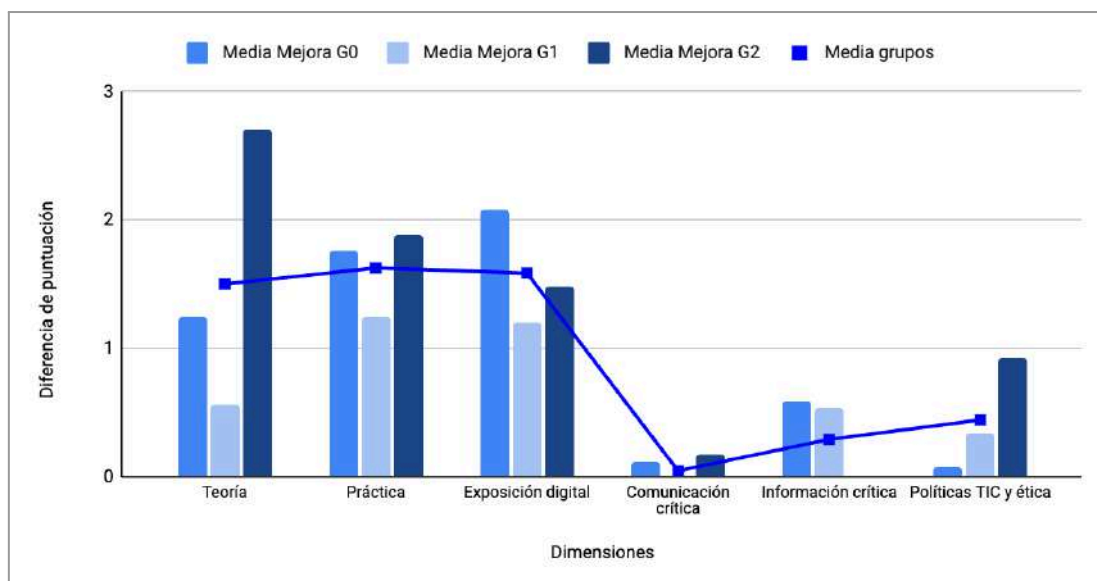
El siguiente análisis se centra en las mejoras experimentadas por cada grupo, calculadas como la diferencia entre las puntuaciones obtenidas en los cuestionarios pretest y en los posttest. Este enfoque permite identificar qué metodología produjo un mayor incremento en el rendimiento.

**Tabla 7 - Comparación de mejoras (post-pre) entre los tres grupos.**

Dimensión	G0 (M, DT)	G1 (M, DT)	G2 (M, DT)	F	p	Levene	Welch	p Welch	Post Hoc (Tukey/Welch)
Teoría	1.238 (2.625)	0.560 (2.274)	2.706 (2.469)	3.931	.025	.779	—	—	G2 > G1 (Tukey, p = .019)
Práctica	1.762 (3.032)	1.240 (2.403)	1.882 (2.713)	0.350	.706	.667	—	—	No significativo
Exposición digital	2.083 (2.748)	1.199 (1.895)	1.480 (2.052)	0.953	.391	.472	—	—	No significativo
Comunicación crítica	0.120 (1.808)	-0.153 (1.069)	0.171 (1.522)	0.313	.732	.351	—	—	No significativo
Información crítica	0.583 (1.834)	0.540 (1.172)	-0.250 (1.309)	0.617	.543	.211	—	—	No significativo
Políticas TIC y ética	0.069 (3.203)	0.334 (1.444)	0.924 (2.572)	1.676	.195	.647	—	—	No significativo

*Nota.* Medias y desviaciones típicas (M, DT), resultados de ANOVA, prueba de homogeneidad de Levene y comparaciones post hoc.

Se analizaron las mejoras obtenidas por cada grupo entre el pretest y el posttest. Solo en la dimensión Teoría se observaron diferencias significativas entre metodologías ( $F(2,60) = 3.931$ ,  $p = .025$ ). El análisis post hoc indicó que el Grupo 2 obtuvo una mejora sustancialmente mayor que el Grupo 1 ( $p = .019$ ). No se hallaron diferencias reseñables en las demás dimensiones.



**Figura 7 - Comparación de mejoras medias por dimensión entre los tres grupos.**

*Nota.* Mejora calculada como diferencia entre puntuación posttest y pretest. Este gráfico no representa significación estadística; los resultados de los análisis ANOVA se presentan en la Tabla 7.

## 6.6. Análisis de la actividad de redacción (ANOVA)

En este apartado se comparan los resultados obtenidos por los tres grupos en la actividad de redacción, evaluada mediante una rúbrica compuesta por ocho ítems. Se pretende identificar si existen diferencias atribuibles a la metodología empleada.

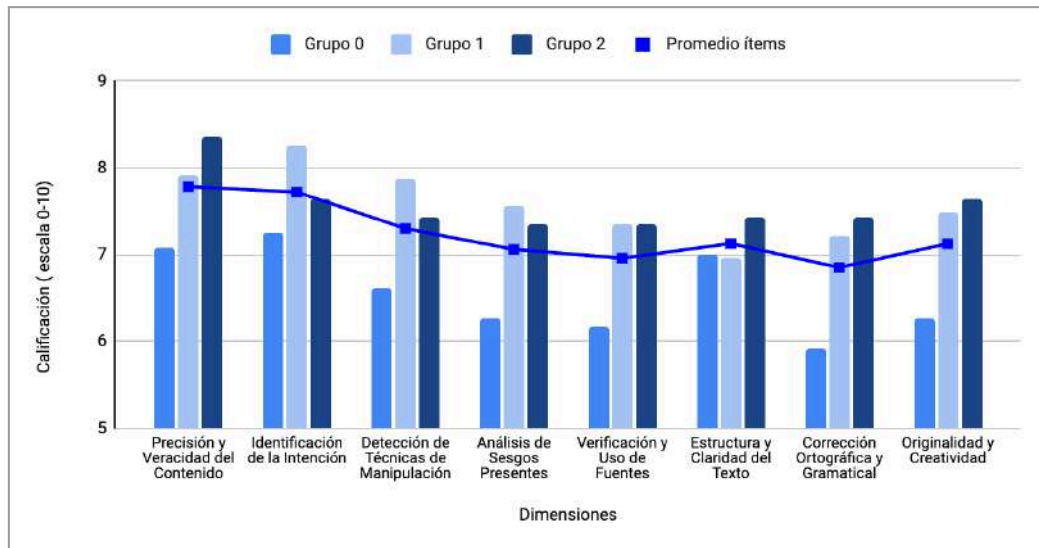
**Tabla 8 - Comparación de puntuaciones por grupo en la actividad de redacción.**

Item	G0 (M, DT)	G1 (M, DT)	G2 (M, DT)	F	p	Levene	Welch	p Welch	Post Hoc (Tukey/Welch)
Precisión y veracidad	7.087 (0.793)	7.913 (1.083)	8.357 (1.823)	5.411	.007	.112	6.100	.006	G0 < G2 (Welch)
Identificación de la intención	7.261 (0.689)	8.261 (1.453)	7.643 (2.061)	2.962	.060	.950	4.398	.023	G0 < G1 (Welch, marginal)
Técnicas de manipulación	6.609 (0.891)	7.870 (1.714)	7.429 (2.209)	3.656	.032	.135	5.177	.013	G0 < G1 (Welch)
Análisis de sesgos	6.261 (0.752)	7.565 (1.590)	7.357 (2.023)	5.094	.009	.120	7.315	.003	G0 < G1/G2 (Welch)
Verificación y uso de fuentes	6.174 (1.029)	7.348 (1.434)	7.357 (2.098)	4.457	.016	.167	5.844	.007	G0 < G1/G2 (Welch)
Estructura y claridad del texto	7.000 (0.798)	6.957 (1.296)	7.429 (1.785)	0.678	.680	.114	.391	.680	No significativo
Corrección ortográfica y gramatical	5.913 (0.900)	7.217 (1.413)	7.429 (1.910)	7.196	.002	.003	9.029	<.001	G0 < G1/G2 (Welch)
Originalidad y creatividad	6.261 (0.752)	7.478 (1.123)	7.643 (1.781)	8.216	<.001	.120	11.143	<.001	G0 < G1/G2 (Welch)

*Nota.* Medias y desviaciones típicas (M, DT), resultados de ANOVA con corrección de Welch y comparaciones *post hoc*.

Los resultados de la rúbrica de redacción muestran diferencias significativas en seis de los ocho ítems, con puntuaciones más altas para los grupos que trabajaron con metodología ABP. El

Grupo 0 obtuvo resultados inferiores de forma sistemática. En el ítem sobre identificación de la intención se observó una diferencia marginal ( $p = .060$ , Welch  $p = .023$ ), y en estructura del texto no se encontraron diferencias significativas.



**Figura 8 - Resultados en la actividad de redacción por grupo e ítem de la rúbrica.**

*Nota.* Medias obtenidas en los ocho ítems evaluados de la rúbrica de redacción. Este gráfico no representa significación estadística; los resultados de los análisis ANOVA se presentan en la Tabla 8.

## 6.7. Análisis de percepción de la experiencia de aprendizaje (ANOVA)

Finalmente, se exponen los resultados del cuestionario de percepción de la experiencia de aprendizaje, administrado al finalizar la intervención. Se analizan las valoraciones del alumnado respecto a su implicación, utilidad percibida y grado de satisfacción.

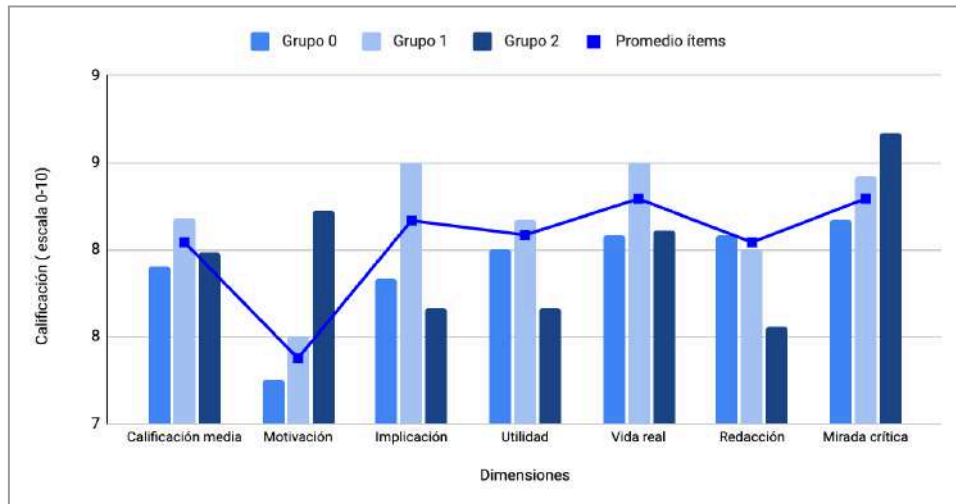
**Tabla 9 - Comparación de percepción de la experiencia de aprendizaje por grupo.**

Item	G0 (M, DT)	G1 (M, DT)	G2 (M, DT)	F	p	Levene Welch	p Welch	Post Hoc (Tukey/Welch)	
Comprensión sobre manipulación y desinformación	7.250 (1.422)	7.500 (1.351)	8.222 (1.166)	2.864	.065	.244	—	G0 < G2 (marginal, no sig.)	
Implicación personal en las actividades	7.833 (1.857)	8.500 (1.351)	7.667 (1.414)	1.745	.183	.881	—	No significativo	
Valoración metodología del grupo	8.000 (2.126)	8.167 (1.551)	7.667 (1.970)	0.364	.696	.199	—	No significativo	
Utilidad para la vida real	8.083 (1.998)	8.500 (1.794)	8.111 (1.605)	0.377	.687	.224	—	No significativo	
Valoración de la actividad de redacción	8.083 (1.909)	8.000 (1.319)	7.556 (1.886)	0.543	.584	.012	.458	636	No significativo (Welch)
Mirada crítica sobre medios y desinformación	8.167 (2.036)	8.417 (1.442)	8.667 (0.970)	0.513	.601	.318	—	No significativo	

*Nota.* Medias y desviaciones típicas (M, DT), resultados de ANOVA, prueba de Levene y corrección de Welch.

Se compararon las valoraciones emitidas por el alumnado sobre la experiencia de aprendizaje. No se observaron diferencias significativas entre grupos en ninguno de los seis ítems del

cuestionario. El ítem sobre comprensión de la manipulación y la desinformación presentó una diferencia marginal ( $p = .065$ ), sin alcanzar el umbral de significación estadística.



**Figura 9 - Percepción de la experiencia de aprendizaje por grupo e ítem.**

*Nota.* Medias obtenidas en los siete ítems evaluados en el cuestionario de percepción de la enseñanza. Este gráfico no representa significación estadística; los resultados de los análisis ANOVA se presentan en la Tabla 9.

En conjunto, los resultados muestran un panorama complejo pero coherente, en el que los tres grupos han experimentado mejoras en distintas dimensiones, siendo especialmente destacadas en los casos de aplicación de metodologías ABP. Las comparaciones estadísticas y los valores descriptivos permiten identificar no solo el grado de mejora, sino también el impacto diferencial de cada enfoque. El análisis detallado se desarrolla en el siguiente capítulo, dedicado a la discusión de los resultados y sus implicaciones pedagógicas.

## 7. Discusión

El presente estudio tuvo como objetivo principal comparar la eficacia de tres enfoques didácticos distintos en el desarrollo de la alfabetización mediática crítica y la producción de textos periodísticos en alumnado de 3º de ESO: instrucción directa tradicional, ABP gamificado con producción escrita (periódico escolar) y ABP gamificado con producción audiovisual (noticiero).

La discusión de los resultados se centra en la interpretación de los hallazgos obtenidos, tanto cuantitativos como cualitativos, en relación con las hipótesis planteadas y el marco teórico de referencia, así como en su contraste con estudios previos pertinentes del ámbito educativo y mediático.

### 7.1. Interpretación de los resultados en relación con las hipótesis

En este apartado se analizan los resultados obtenidos a la luz de las hipótesis de investigación, contrastando las predicciones iniciales con la evidencia empírica recabada.

#### 7.1.1. Hipótesis 1: Efectividad de las metodologías activas frente a la instrucción directa

La primera hipótesis postulaba que los estudiantes que trabajaran mediante metodologías activas (ABP con producción escrita y ABP con producción audiovisual) obtendrían mejores resultados que aquellos que siguieran la instrucción directa. Contrariamente a lo esperado, los análisis cuantitativos (ANOVA) no evidenciaron una superioridad generalizada y estadísticamente significativa de los grupos ABP sobre el grupo tradicional en la mayoría de las dimensiones evaluadas post-intervención o en la magnitud de las mejoras (diferencias post-pre). Este resultado sugiere que, en el contexto de una intervención de duración limitada, la instrucción directa tradicional puede resultar efectiva para fomentar ciertos aprendizajes medidos cuantitativamente. Esta falta de diferencia global podría estar influenciada por diversos factores, incluyendo la posible familiaridad previa del profesorado y el alumnado con la metodología tradicional, o la necesidad de un tiempo de adaptación mayor para que los beneficios del ABP se manifiesten plenamente en todas las dimensiones de la alfabetización mediática. No obstante, es crucial examinar los resultados específicos en otras dimensiones para obtener una visión más completa.

#### 7.1.2. Hipótesis 2: Impacto diferencial del enfoque audiovisual

La segunda hipótesis planteaba que el enfoque audiovisual generaría una mayor implicación y comprensión crítica en comparación con la producción escrita. Cuantitativamente, el Grupo 2 (noticiero audiovisual) mostró una mejora significativamente mayor en la dimensión "Teoría" del cuestionario teórico-práctico en comparación con el Grupo 1 (periódico escrito). Este hallazgo cuantitativo parcial podría respaldar en parte esta hipótesis, sugiriendo que el formato y el proceso

de producción audiovisual, al ser inherentemente dinámicos y requerir la integración de diversos elementos informativos, pudieron haber facilitado una mejor comprensión y retención de los conceptos teóricos subyacentes a la alfabetización mediática. Las percepciones cualitativas de los estudiantes del Grupo 2, al destacar la grabación y edición como partes interesantes y motivadoras, apoyan la idea de un mayor *engagement* con el formato audiovisual. Sin embargo, la "comprensión crítica" en dimensiones más amplias, medidas por el IDIACOMM, no se reflejó de manera diferenciada entre los grupos ABP, lo que indica que la superioridad del enfoque audiovisual podría estar limitada a ciertos tipos de aprendizaje o requerir una evaluación más específica de la comprensión crítica mediática en formatos audiovisuales.

### **7.1.3. Hipótesis 3: Calidad de la producción textual**

La tercera hipótesis predecía que la calidad de los textos elaborados por los grupos ABP sería superior, especialmente en aspectos como originalidad, veracidad y análisis de la desinformación. La evaluación cuantitativa mediante rúbrica confirmó esta hipótesis de manera significativa y contundente. Los grupos ABP (G1 y G2) obtuvieron puntuaciones cuantitativas superiores al grupo tradicional (G0) en la mayoría de los ítems de la rúbrica, incluyendo precisión y veracidad, identificación de intención comunicativa, detección de técnicas de manipulación, análisis de sesgos, verificación y uso de fuentes, y originalidad/creatividad (Tabla 8). Este resultado sugiere que la aplicación práctica de conocimientos en la creación de un producto comunicativo real (periódico o noticioso) fue considerablemente más efectiva para desarrollar estas habilidades de producción textual crítica que la instrucción tradicional basada en ejercicios más descontextualizados. Las justificaciones cualitativas de los estudiantes sobre la utilidad del trabajo en grupo, la naturaleza práctica del ABP y la relevancia de crear un producto final refuerzan esta conclusión, alineándose con las teorías de aprendizaje situado y basado en proyectos (Gee, 2003; Thomas, 2000).

## **7.2. Análisis de las mejoras internas por grupo**

Más allá de las comparaciones entre enfoques didácticos, el análisis de las mejoras internas observadas dentro de cada grupo al comparar los resultados pretest y posttest también ofrece hallazgos relevantes. Se observaron mejoras considerables en diversas dimensiones (teoría, práctica, información crítica y exposición digital) dependiendo del grupo, como se muestra en las Tablas 2, 3 y 4.

Estos resultados son consistentes con estudios previos que destacan el potencial de las intervenciones educativas explícitas y focalizadas para mejorar la alfabetización mediática crítica (Cassany, 2012; Díaz Silva et al., 2021). Es especialmente relevante que estas mejoras internas se constataran incluso en el grupo que siguió la metodología tradicional, lo que sugiere que la mera

exposición reflexiva a contenidos sobre desinformación y análisis crítico puede generar un impacto positivo general en la conciencia y habilidades básicas del alumnado.

No obstante, al comparar los dos grupos que trabajaron mediante ABP, se aprecia que el grupo que utilizó soporte audiovisual (noticiero) mostró mejoras más marcadas en dimensiones como la exposición digital y la información crítica, posiblemente debido a la naturaleza más experiencial, expresiva y tecnológica de la tarea. Esta diferencia sugiere que, además del enfoque activo, el tipo de producto final y el canal expresivo pueden influir de forma diferenciada en el desarrollo competencial del alumnado, en línea con los principios del aprendizaje situado y multimodal.

### **7.3. Discusión de la percepción del alumnado**

La ausencia de diferencias significativas en la percepción del aprendizaje global entre grupos, si bien puede estar influenciada por factores metodológicos como el tamaño muestral y la duración de la intervención (aspectos que se abordarán en las Conclusiones), contrasta con la valoración cualitativa recabada. El análisis cualitativo del cuestionario de percepción reveló una valoración transversal y muy positiva de la utilidad de lo aprendido para la vida real en todos los grupos (Tabla 9). Los estudiantes, independientemente de la metodología aplicada, reconocieron explícitamente que las habilidades adquiridas; como identificar noticias falsas y verificar información, les serán valiosas para navegar de manera más segura y crítica en el complejo ecosistema mediático actual y evitar ser engañados. Esta percepción cualitativa positiva y general valida la pertinencia de los contenidos abordados en la intervención y subraya la importancia percibida de la alfabetización mediática crítica para los jóvenes en la actualidad.

### **7.4. Relación de los hallazgos con el marco teórico y estudios previos**

Los resultados obtenidos guardan una estrecha relación con los planteamientos del marco teórico. La confirmación de que las metodologías activas, especialmente el ABP, son más efectivas para el desarrollo de habilidades de producción textual crítica concuerda con la literatura que enfatiza el aprendizaje situado y la creación de productos comunicativos relevantes (Gee, 2003; Thomas, 2000).

Asimismo, las mejoras generales observadas en la capacidad de análisis crítico de la información se alinean con la necesidad, destacada por autores como Cassany (2012) y Díaz Silva et al. (2021), de trascender la lectura literal hacia una comprensión crítica de los discursos.

La constatación de la importancia de la verificación y el uso de fuentes en la producción periodística refuerza la relevancia de las competencias abordadas frente al fenómeno de la desinformación (Vásquez-Barrio et al., 2021).

Si bien la superioridad general de las metodologías activas no se evidenció en todas las dimensiones medidas cuantitativamente en este estudio, los hallazgos específicos, particularmente en la producción escrita, apoyan la pertinencia de enfoques pedagógicos que involucran al alumnado en la creación activa de contenido como medio para desarrollar una alfabetización mediática crítica profunda. La preferencia cualitativa por el formato audiovisual en el Grupo 2 también resuena con la creciente relevancia de las competencias multimodales en el entorno digital contemporáneo (Lankshear & Knobel, 2006).

## 7.5. Implicaciones de los hallazgos

Los resultados de este estudio, interpretados en su conjunto, tienen diversas implicaciones relevantes para la práctica educativa en el ámbito de la educación secundaria:

En primer lugar, confirman la necesidad y efectividad de integrar explícitamente la alfabetización mediática crítica en el currículo de secundaria, dado el impacto positivo observado en diversas competencias del alumnado en todos los grupos participantes, independientemente de la metodología específica. Esto subraya la pertinencia de abordar esta temática como parte fundamental de la formación ciudadana en la era digital.

En segundo lugar, sugieren con base en los resultados de producción textual que las metodologías activas, y en particular aquellas que involucran la producción de contenido comunicativo real y con propósito a través del Aprendizaje Basado en Proyectos, son estrategias especialmente valiosas para el desarrollo de habilidades prácticas de análisis crítico, verificación de información y producción textual rigurosa. Esto implica la recomendación de incorporar este tipo de proyectos en las aulas como estrategia didáctica efectiva para preparar al alumnado para interactuar de manera informada, crítica y responsable con los medios y la información que circula en el entorno digital.

Finalmente, la percepción ampliamente positiva del alumnado sobre la utilidad de lo aprendido, reflejada en su reconocimiento explícito de la relevancia de estas habilidades para su vida diaria y para evitar ser engañados, resalta la conexión intrínseca entre los contenidos de la alfabetización mediática crítica y las necesidades e intereses percibidos por los propios estudiantes. Esta alineación puede servir como un importante factor motivacional y punto de partida para el diseño de futuras intervenciones pedagógicas que busquen fomentar activamente estas competencias cruciales para el siglo XXI.

## 8. Conclusiones

A partir del análisis de los resultados y su discusión, se puede concluir que las metodologías activas basadas en proyectos, especialmente aquellas que incorporan elementos de gamificación y producción audiovisual, resultan más eficaces que la instrucción directa tradicional para fomentar tanto la alfabetización mediática crítica como la producción de textos periodísticos en alumnado de 3º de ESO.

Los datos permiten confirmar parcialmente la hipótesis planteada: si bien se observaron mejoras en todos los grupos, las metodologías ABP (tanto en su versión escrita como audiovisual) generaron progresos más significativos en competencias como el análisis crítico de la información, la producción textual, la expresión digital y la participación activa. La magnitud de estas mejoras, especialmente en el grupo audiovisual, apunta a un impacto diferencial que merece ser explorado en futuras investigaciones con muestras más amplias.

Los resultados obtenidos permiten extraer diversas aportaciones relevantes sobre el impacto diferenciado de las metodologías aplicadas. En primer lugar, se confirma la efectividad general de la intervención, ya que el conjunto del alumnado (incluso en el grupo que siguió instrucción directa) mostró avances en competencias relacionadas con la alfabetización mediática crítica, tanto en su dimensión teórica como en su aplicación práctica, análisis crítico de la información y exposición digital. Esta mejora transversal subraya la pertinencia de abordar esta temática en el aula desde un enfoque explícito y estructurado.

Sin embargo, el análisis comparativo revela que las metodologías basadas en el Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP tanto en su versión escrita como audiovisual) generan beneficios significativamente superiores en la producción textual crítica. El diseño de tareas orientadas a la elaboración de productos comunicativos reales potencia no solo la motivación, sino también la capacidad del alumnado para redactar con precisión, verificar fuentes, detectar sesgos, interpretar intenciones comunicativas y construir mensajes originales. Este desarrollo competencial se ve claramente favorecido por el carácter aplicado y contextualizado del ABP.

Asimismo, los datos sugieren un potencial diferencial del formato audiovisual en la asimilación conceptual. El grupo que trabajó mediante ABP gamificado con producción audiovisual experimentó una mejora significativamente mayor en la dimensión teórica, lo que apunta a que la multimodalidad, la simulación de entornos reales de producción y la implicación emocional derivada del trabajo en equipo pueden facilitar procesos de comprensión más profundos y duraderos.

Finalmente, se constata una alta percepción de utilidad y relevancia por parte del alumnado de todos los grupos respecto a los aprendizajes adquiridos. Esta valoración cualitativa destaca que las competencias trabajadas, en especial las vinculadas a la identificación de desinformación y la

navegación crítica del entorno digital, son percibidas como necesarias y aplicables en su vida cotidiana. Esta alineación entre objetivos pedagógicos y necesidades del contexto social refuerza la urgencia de incorporar de forma sistemática la alfabetización mediática crítica en el currículo de secundaria.

A pesar de los resultados obtenidos, es necesario considerar algunas limitaciones que condicionan el alcance de las conclusiones y que deben tenerse en cuenta tanto en la interpretación de los datos como en el diseño de futuras investigaciones. Una primera limitación reside en el tamaño muestral reducido, especialmente en el grupo que trabajó con el noticiario audiovisual ( $n = 17$ ), lo que restringe la potencia estadística del estudio y limita la posibilidad de detectar diferencias más sutiles entre metodologías. La replicación del diseño con muestras más amplias permitiría contrastar estos resultados con mayor solidez.

Además, la duración acotada de la intervención (seis sesiones distribuidas en el último trimestre) puede haber condicionado la consolidación de los aprendizajes, particularmente en las metodologías activas, que requieren cierto recorrido para desplegar todo su potencial transformador. Resulta plausible que intervenciones más prolongadas permitan observar efectos más profundos y estables, tanto en las competencias mediáticas como en las dinámicas de aula.

En el plano cualitativo, si bien se integraron citas representativas de las respuestas abiertas, el análisis se mantuvo en un nivel exploratorio. La ausencia de un análisis temático sistemático o de estudios de caso limita la comprensión detallada de los procesos de aprendizaje y de los factores contextuales que pudieron incidir en los resultados observados. Incorporar metodologías cualitativas más rigurosas aportaría profundidad y permitiría triangular mejor los hallazgos cuantitativos.

Finalmente, la evaluación de las competencias multimodales centrada en pruebas escritas y rúbricas textuales puede haber infrarrepresentado los logros específicos del grupo audiovisual. Una mayor atención a indicadores de análisis y producción crítica de contenido audiovisual (guiones, realización, edición, puesta en escena) ofrecería una mirada más completa sobre los efectos de la propuesta gamificada y multimodal.

Estas limitaciones no invalidan los resultados obtenidos, pero sí invitan a ampliar y perfeccionar las herramientas metodológicas y de análisis en futuras investigaciones centradas en alfabetización mediática crítica en contextos reales de aula.

A partir de las limitaciones identificadas y de los hallazgos obtenidos, se abren diversas líneas de acción e investigación orientadas a consolidar, ampliar y transferir los aprendizajes derivados de este estudio. Una de las prioridades sería la replicación del diseño con muestras más amplias y una mayor duración temporal, lo que permitiría no solo confirmar la solidez de las tendencias observadas, sino también valorar la sostenibilidad de los aprendizajes a medio y largo plazo.

En esa misma línea, resultaría especialmente valioso emprender estudios longitudinales que acompañen al alumnado más allá del cierre de la intervención, con el fin de evaluar el grado de retención y transferencia de las competencias adquiridas en contextos reales, tanto educativos como personales.

Asimismo, se considera pertinente profundizar en la dimensión cualitativa mediante análisis temáticos sistemáticos, entrevistas o grupos focales, que permitan explorar con mayor riqueza las experiencias de aprendizaje vividas por los estudiantes, su percepción sobre las metodologías aplicadas y los factores (pedagógicos, emocionales o contextuales) que influyen en el desarrollo de una mirada crítica ante los medios.

Dado el protagonismo que adquiere la producción audiovisual en el grupo que trabajó con soporte multimodal, una vía de mejora clave sería el desarrollo y validación de instrumentos específicos de evaluación de competencias multimodales que incluyan indicadores de análisis crítico y creación de contenido digital. Esta ampliación permitiría capturar con mayor precisión el impacto de metodologías basadas en formatos expresivos diversos.

De igual forma, resulta oportuno investigar en profundidad el impacto de estas metodologías en la motivación y el compromiso del alumnado, incorporando instrumentos mixtos que evalúen el grado de implicación emocional y cognitiva durante el proceso, así como su disposición a seguir aprendiendo de forma autónoma más allá del aula.

Finalmente, con el objetivo de transferir estos aprendizajes a una escala más amplia, se propone explorar la implementación de modelos de intervención itinerante. Esta modalidad consistiría en diseñar e impartir talleres especializados de alfabetización mediática crítica en distintos centros educativos por parte de docentes formados y con experiencia en proyectos de este tipo. Este enfoque facilitaría el acceso a metodologías activas contrastadas, especialmente en contextos donde las barreras de formación docente o recursos tecnológicos dificultan su adopción. De este modo, se podría avanzar hacia una democratización real del acceso a una competencia clave para la ciudadanía del siglo XXI.

La realización de este trabajo de fin de máster y la implementación de la intervención han supuesto una oportunidad de crecimiento tanto académico como profesional. El contacto directo con diversas metodologías y la observación de sus efectos en el aula me han permitido reflexionar con profundidad sobre el papel del docente como mediador del aprendizaje. Esta experiencia ha reforzado mi convicción, compartida con muchos compañeros, de que las metodologías activas, como el Aprendizaje Basado en Proyectos, poseen un gran potencial para motivar al alumnado, romper la inercia de la enseñanza tradicional y generar aprendizajes más significativos y duraderos.

---

No obstante, los resultados del estudio también invitan a una visión crítica: las metodologías activas no constituyen una solución universal, y su impacto puede estar condicionado por múltiples factores, como el tiempo de implementación, la experiencia previa del profesorado o el nivel de competencia digital del alumnado. En este sentido, la efectividad no reside exclusivamente en el tipo de metodología, sino en la forma en que esta se adapta al contexto, se combina con otros enfoques y se acompaña de una reflexión pedagógica coherente.

Desde esta perspectiva, considero que una práctica docente verdaderamente eficaz no debe renunciar a las clases magistrales ni a las metodologías tradicionales, sino integrarlas de forma estratégica. Una combinación equilibrada de enfoques que contemple momentos de instrucción directa para asentar conocimientos fundamentales y propuestas activas para aplicar, cuestionar y crear, permite articular un aprendizaje tanto sólido como significativo. Conceder una libertad excesiva sin estructura ni guía puede derivar en aprendizajes intuitivos o imitativos, sin una comprensión crítica de los procesos. Por el contrario, una combinación metodológica bien diseñada puede contribuir a formar personas que no solo “saben hacer”, sino que también piensan, comprenden y cuestionan el mundo que las rodea.

Este trabajo me ha ayudado a consolidar una mirada docente que valora tanto la rigurosidad académica como la creatividad didáctica, y reafirma mi compromiso con una enseñanza crítica, inclusiva y adaptada a los retos del siglo XXI.

## 9. Referencias

- Carr, N. (2011). *The shallows: What the internet is doing to our brains*. W. W. Norton & Company.
- Cassany, D. (2012). *En línea: Leer y escribir en la red*. Editorial Anagrama.
- Crystal, D. (2001). *Language and the internet*. Cambridge University Press.
- De la Peña, R. (2022). Noticias falsas en tiempos de la posverdad. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 17(33), 88-103. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2022.33.82237>.
- Departament d'Educació. (2017). *Marc de la Innovació Pedagògica a Catalunya*. xtec.gencat.cat. [https://xtec.gencat.cat/web/.content/innovacio/marc-innovacio-pedagogica/documents/marc\\_dinnovacio\\_pedagogica.pdf](https://xtec.gencat.cat/web/.content/innovacio/marc-innovacio-pedagogica/documents/marc_dinnovacio_pedagogica.pdf)
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011). From game design elements to gamefulness: Defining “gamification”. Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments, 9–15. <https://doi.org/10.1145/2181037.2181040>
- Díaz Silva, J., Becerril Morales, F., & Guadarrama Herrera, A. (2021). *Cassany y las prácticas de literacidad crítica como práctica social: Estrategias digitales para la comprensión crítica*.
- Gee, J. P. (2003). *What video games have to teach us about learning and literacy*. Palgrave Macmillan.
- Johnson, D. W., & Johnson, R. T. (2015). Learning Together and Alone. *Better: Evidence-Based Education*, 8(1), 10-13.
- Lankshear, C., & Knobel, M. (2006). *New literacies: Everyday practices and classroom learning* (2nd ed.). Open University Press.
- OCDE. (2010). *The nature of learning: Using research to inspire practice*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264086487-en>.
- Piscitelli, A., Adaime, I., & Binder, I. (2010). *El proyecto Facebook y la posuniversidad: Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*. Ariel.
- Thomas, J. W. (2000). *A review of research on project-based learning*. The Autodesk Foundation.
- Vargas Alfonso, M. (2015). Literacidad crítica y literacidades digitales: Marco para un análisis integral. *Revista de Educación y Sociedad Digital*, 3(4), 44–67.

---

Vásquez-Barrio, T., Suárez-Álvarez, R., & Torrecillas-Lacave, T. (2021). Credibilidad de los contenidos informativos en tiempos de fake news: Comunidad de Madrid. *Cuadernos.info*, (49), 1–20. <https://doi.org/10.7764/cdi.49.27875>.

## 10. Apéndices

### Índice de apéndices

---

10.1. Apéndice A: Cuestionario Teórico-Práctico Ad Hoc.....	44
10.2. Apéndice B: Cuestionario IDIACOMM y codificación de resultados.....	48
10.3. Apéndice C: Actividad de producción escrita y rúbrica.....	56
10.4. Apéndice D: Cuestionario de percepción de la experiencia de aprendizaje.....	58
10.5. Apéndice E: Presentación general del proyecto.....	60
10.6. Apéndice F: Manual teórico de contenidos.....	64
10.7. Apéndice G: Material de actividad - Grupo 0 (Metodología tradicional).....	80
10.8. Apéndice H: Guía de proyecto - Grupo 1 (ABP Periódico).....	81
10.9. Apéndice I: Guía de proyecto - Grupo 2 (ABP Noticiario Audiovisual).....	87
10.10. Apéndice J: Datos de investigación ( formato JASP).....	93
10.11. Apéndice K: Resultados Completos de Análisis Estadístico (JASP Output).....	96

## 10.1. Apéndice A: Cuestionario Teórico-Práctico Ad Hoc

CUESTIONARIO TEÓRICO-PRÁCTICO SOBRE COMUNICACIÓN CRÍTICA

Preguntas Respuestas 1/2 Configuración Puntos totales: 20

**Sección 1 de 3**

### ¿Qué sabemos de comunicación y manipulación?

Descripción del formulario

Este formulario recoge automáticamente los correos de todos los encuestados. [Cambiar configuración](#)

Grupo

Grupo 1

Grupo 2

Grupo 3

Después de la sección 1 ir a la siguiente sección

**Sección 2 de 3**

¿Cuánto sabes?

Descripción (opcional)

¿Qué elemento de la comunicación es el responsable de interpretar el mensaje?

Canal

Receptor

Emisor

Código

¿Cuál de las siguientes situaciones es un ejemplo de retroalimentación en la comunicación?

Leer una noticia en un periódico

Escuchar una canción en la radio

Preguntar a un profesor si no entendió bien la explicación

Ver un vídeo en YouTube

¿Cuál de estas características es común a los medios de comunicación masivos?

Uso exclusivo de imágenes

Capacidad de llegar a grandes audiencias

Necesidad de hablar en público

Solo funcionan en formato papel

¿Qué función cumplen los medios al transmitir valores culturales o educativos?

Crear desinformación

Reemplazar a la escuela

Facilitar el acceso al conocimiento

Controlar la opinión pública

¿Qué recurso persuasivo se utiliza cuando un anuncio dice: "Oferta sólo por hoy"?

Testimonio

Estrategia de escasez

Estrategia de urgencia

Estrategia de autoridad

¿Cuál de los siguientes es un ejemplo de publicidad encubierta?

Un anuncio de refrescos en la radio  
 Una pareja de actores bebidos Coca-Cola en una película  
 Un cartel en la calle  
 Un spot televisivo de galletas para niños

¿Qué género periodístico se caracteriza por mezclar información y opinión del periodista?

Reportaje  
 Crónica  
 Noticia  
 Entrevista

¿Cuál de estos elementos forma parte de la estructura básica de una noticia?

La morseja  
 El resumen final  
 El titular  
 La recomendación personal

¿Cuál de los siguientes ejemplos corresponde a una desinformación por fuera de contexto?

Una noticia de 2015 compartida como si fuera de hoy  
 Un anuncio que utiliza en falso  
 Un video humorístico en YouTube  
 Un artículo firmado por un periodista

¿Qué debemos hacer antes de compartir una noticia en redes sociales?

Comprobar si el titular es impactante  
 Enviarla a todos los contactos rápidamente  
 Revisar si la información está en medios confiables  
 Leer los comentarios de otras personas

Después de la sección 2 ir a la siguiente sección

**Sección 3 de 3**

**Cazadores de noticias falsas**

Contesta las siguientes cuestiones sobre titulares informativos

“El Gobierno regalará 1.200 euros a los inmigrantes por el simple hecho de llegar a España”  
 En caso de ser una noticia falsa, ¿Qué tipo de sesgo aplica?

No hay intención de manipulación  
 Ideológico/político  
 Científico  
 Xenofobo / Racista

“Alerta roja de las autoridades: La nueva técnica para robar el coche y que ha aumentado el número de robos en España”  
 En caso de ser una noticia falsa, ¿Qué intención tiene esta noticia?

No hay intención de manipulación  
 Manipular la opinión pública  
 Desacreditar a alguien o algo  
 Generar miedo o alarma social

	<p>"La vacuna del COVID altera el ADN humano"</p> <p>En caso de ser una noticia falsa, ¿Qué tipo de sesgo predomina?</p> <p><input type="radio"/> No hay intención de manipulación</p> <p><input type="radio"/> Científico</p> <p><input type="radio"/> Ideológico</p> <p><input type="radio"/> Miedo</p>	<p>Tr</p> <p>📄</p> <p>🗑️</p> <p>☰</p> <p>⌛</p>
	<p>"Ucrania crea campos de concentración para rusos"</p> <p>En caso de ser una noticia falsa, ¿Qué técnica se utiliza?</p> <p><input type="radio"/> No hay intención de manipulación</p> <p><input type="radio"/> Clickbait</p> <p><input type="radio"/> Fuentes no verificadas</p> <p><input type="radio"/> Desinformación de contexto</p>	
	<p>"Shakira reconoce pacto con el diablo para triunfar"</p> <p>En caso de ser una noticia falsa, ¿Qué técnica se utiliza?</p> <p><input type="radio"/> No hay intención de manipulación</p> <p><input type="radio"/> Clickbait</p> <p><input type="radio"/> Fuentes no verificadas</p> <p><input type="radio"/> Desinformación de contexto</p>	<p>Tr</p> <p>📄</p> <p>🗑️</p> <p>☰</p>
	<p>"Obligan a Disney a eliminar todos sus clásicos por ser racistas"</p> <p>En caso de ser una noticia falsa, ¿Qué tipo de sesgo aplica?</p> <p><input type="radio"/> No hay intención de manipulación</p> <p><input type="radio"/> Científico</p> <p><input type="radio"/> Económico</p> <p><input type="radio"/> Sexista / Moral</p>	
	<p>"Adiós a WhatsApp en octubre: Los teléfonos en los que la app dejará de funcionar"</p> <p>En caso de ser una noticia falsa, ¿Qué intención tiene esta noticia?</p> <p><input type="radio"/> No hay intención de manipulación</p> <p><input type="radio"/> Desacreditar a alguien o algo</p> <p><input type="radio"/> Dividir y polarizar a la sociedad</p> <p><input type="radio"/> Atraer clics y ganar dinero (clickbait)</p>	<p>Tr</p> <p>📄</p> <p>🗑️</p> <p>☰</p>
	<p>"La UE eliminará el dinero en efectivo"</p> <p>En caso de ser una noticia falsa, ¿Qué tipo de sesgo contiene?</p> <p><input type="radio"/> No hay intención de manipulación</p> <p><input type="radio"/> Científico</p> <p><input type="radio"/> Alarmismo / Miedo</p> <p><input type="radio"/> Xenofobia / Racista</p>	
	<p>"Lepe solicita fondos europeos para desarrollar 8000 chistes nuevos"</p> <p>En caso de ser una noticia falsa, ¿Qué técnica se utiliza?</p> <p><input type="radio"/> No hay intención de manipulación</p> <p><input type="radio"/> Sátira y parodia</p> <p><input type="radio"/> Sesgo informativo</p> <p><input type="radio"/> Xenofobia / Racista</p>	<p>Tr</p> <p>📄</p> <p>🗑️</p> <p>☰</p>

"El Barcelona expulsado de la Champions hasta tres años por fraude"  
En caso de ser una noticia falsa, ¿Qué intención tiene?

- No hay intención de manipulación
- Generar miedo o alarma social
- Atraer clics y ganar dinero (clickbait)
- Dividir y polarizar a la sociedad

## 10.2. Apéndice B: Cuestionario IDIACOMM y codificación de resultados

I-DIACOMM

Preguntas Respuestas Configuración

Publicado

Sección 1 de 2

### I-DIACOMM

El presente cuestionario forma parte de un proyecto de investigación de Trabajo Final de Máster que busca conocer el perfil de alfabetización mediática de los estudiantes de secundaria y analizar de qué manera la utilizan en sus procesos educativos.

La información obtenida en estos cuestionarios es estrictamente confidencial, así como para usos y fines académicos.

Antes de empezar, debes rellenar los datos sociodemográficos para poder utilizarlo como estadístico.

Este formulario recoge automáticamente los correos de todos los encuestados. [Cambiar configuración](#)

Sexo \*

Masculino

Femenino

Año de nacimiento \*

Texto de respuesta corta

Semestre actual \*

Texto de respuesta corta

Curso y grupo \*

Texto de respuesta corta

Ciudad donde vives \*

Texto de respuesta corta

Después de la sección 1 ir a la siguiente sección

Sección 2 de 2

Título de la sección (opcional)

Descripción (opcional)

1.- ¿Qué herramientas tecnológicas y dispositivos electrónicos utilizas en los contextos mencionados en el recuadro? Marca la opción utilizada

	En casa	En escuela
Computadora	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Teléfono móvil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tableta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cámara fotográfica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cámara de vídeo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pizarrón electrónico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Proyector	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.- Al utilizar las redes sociales, ¿con qué frecuencia realizas las actividades mencionadas en el

recuerdo?

	No lo hago	Una vez al se...	Una vez al mes	Una vez a la s...	Diariamente
Comunicarte c...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunicarte c...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Participar en ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Compartir tu ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Compartir con...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Compartir con...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apoyar a otra...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apoyar a un ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Participar en ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Al utilizar el correo electrónico, ¿Con qué frecuencia realizas las actividades mencionadas en el recuadro?

	No lo hago	Una vez al se...	Una vez al mes	Una vez a la s...	Diariamente
Comunicarte c...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunicarte c...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Participar en ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Compartir tu ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Compartir con...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Compartir con...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apoyar a otra...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apoyar a un ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. Al utilizar los grupos de chat, ¿Con qué frecuencia realizas las actividades mencionadas en el recuadro?

	No lo hago	Una vez al se...	Una vez al mes	Una vez a la s...	Diariamente
Comunicarte c...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunicarte c...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Participar en ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Compartir tu ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Compartir con...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Compartir con...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apoyar a otra...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apoyar a un ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Al utilizar las videollamadas, ¿Con qué frecuencia realizas las actividades mencionadas en el recuadro?

	No lo hago	Una vez al se...	Una vez al mes	Una vez a la s...	Diariamente
Comunicarte c...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunicarte c...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Participar en ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Compartir tu ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Compartir con...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Compartir con...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apoyar a otra...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apoyar a un ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Al utilizar las videollamadas, ¿Con qué frecuencia realizas las actividades mencionadas en el recuadro?

6.- Para utilizar el email, ¿qué que frecuencia realizas las siguientes actividades mencionadas en el recuadro?

	No lo hago	Una vez al se...	Una vez al mes	Una vez a la s...	Diariamente
Participar en ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Compartir tu ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Compartir con...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Compartir con...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apoyar a otra...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apoyar a un ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7.- Al utilizar las plataformas educativas, ¿con qué frecuencia realizas las actividades mencionadas en el recuadro?

	No lo hago	Una vez al se...	Una vez al mes	Una vez a la s...	Diariamente
Visitar comuni...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Participar en c...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8.- Para comprender e interpretar la información encontrada para un proyecto académico, ¿con qué frecuencia realizas las siguientes actividades?

	Nunca	Algunas veces	Siempre
Analizar el texto, delimitar...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analizar y comparar lo...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reflexionar sobre la inf...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analizar la postura del...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9.- Al obtener información digital, ¿con qué frecuencia utilizas las siguientes herramientas para almacenarla?

	No lo he usado	Una vez al se...	Una vez al mes	Una vez a la s...	Diariamente
Computadora	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Celular	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
USB	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La nube (Drop...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disco duro ext...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Correo electrón...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10.- En una escala del 1 al 5, en donde 1 es lo más baja y 5 es lo más alto, ¿cómo consideras que es tu nivel de dominio de las siguientes herramientas?

	1 Malo	2 Regular	3 Buena	4 Muy buena	5 Excelente
Computadora	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Celular	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tableta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cámara fotogr...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cámara de vid...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Software espe...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Plataformas vi...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11.- Responde a cada uno de los cuestionarios. Si o No y ¿Por qué?  
Descripción (opcional)

11.1 ¿Consideras que el uso de las TIC mejora la experiencia académica, tanto en el aula como fuera de ella?

Sí  
 No

11.1 ¿Por qué? \*

Texto de respuesta corta

11.2 ¿Consideras que el uso de las TIC permite el fomento a la equidad y la educación inclusiva? \*

Sí  
 No

11.2 ¿Por qué? \*

Texto de respuesta corta

11.3 ¿Consideras que las TIC permiten crear redes de apoyo a grupos con discapacidad? \*

Sí  
 No

11.3 ¿Por qué? \*

Texto de respuesta corta

11.4 ¿En tu Facultad se han realizado cursos de actualización en uso de TIC para adquirir habilidades laborales y competencias prácticas? \*

Sí  
 No

11.4 ¿Por qué? \*

Texto de respuesta corta

11.5 ¿Has asistido a cursos de actualización en uso de TIC para adquirir habilidades laborales y competencias prácticas? \*

Sí  
 No

11.5 ¿Por qué? \*

Texto de respuesta corta

11.6 ¿Has diseñado cursos de actualización en uso de TIC para transmitir habilidades laborales y competencias prácticas? \*

Sí  
 No

11.6 ¿Por qué? \*

Texto de respuesta corta

11.7 ¿En tu centro existen políticas o reglamentos para el uso de las TIC? \*

Sí  
 No

11.7 ¿Por qué? \*

Texto de respuesta corta

11.8 ¿Existe algún departamento encargado de regular el uso de las TIC en tu Facultad? \*

Sí

No

11.8 ¿Por qué? \*

Texto de respuesta corta

11.9 ¿Consideras importante el uso de las TIC para compartir tu conocimiento con grupos marginados?

Sí

No

11.9 ¿Por qué? \*

Texto de respuesta corta

11.10 ¿Consideras que el uso de las TIC permite la libertad de expresión? \*

Sí

No

11.10 ¿Por qué? \*

Texto de respuesta corta

11.11 ¿Consideras importante promover los derechos de autor? \*

Sí

No

11.11 ¿Por qué? \*

Texto de respuesta corta

11.12 ¿Consideras importante efectuar una queja cuando detectas alguna irregularidad en un medio?

Sí

No

11.12 ¿Por qué? \*

Texto de respuesta corta

11.13 ¿Consideras importante dar crédito al autor de la información localizada en algún medio, cuando la utilizas para un proyecto propio? \*

Sí

No

11.13 ¿Por qué? \*

Texto de respuesta corta

11.14 ¿Consideras importante usar las TIC para establecer redes de cooperación con el sector privado? \*

Sí

No

11.14 ¿Por qué? \*

Texto de respuesta corta

11.15 ¿Consideras positivo el uso de las TIC como plataformas de enseñanza-aprendizaje? \*

Sí

No

○ Opción 3

11.15\_¿Por qué?\*

Texto de respuesta corta

12. ¿Con que frecuencia realizas las siguientes actividades usando la computadora?\*

	No lo uso	Una vez al se...	Una vez al mes	Una vez a la s...	Diariamente
Estudiar conte...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hacer present...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elaborar evide...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elaborar mate...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elaborar un li...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elaborar uno ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Descargar rec...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. ¿Con que frecuencia realizas las siguientes actividades usando el celular?\*

	No lo uso	Una vez al se...	Una vez al mes	Una vez a la s...	Diariamente
Hacer present...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tomar fotogra...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Grabar videos...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hacer llamadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Descargar rec...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. ¿Con que frecuencia realizas las siguientes actividades usando la tableta?\*

	No lo uso	Una vez al se...	Una vez al mes	Una vez a la s...	Diariamente
Estudiar conte...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hacer present...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elaborar evide...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elaborar mate...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elaborar uno ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Descargar rec...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

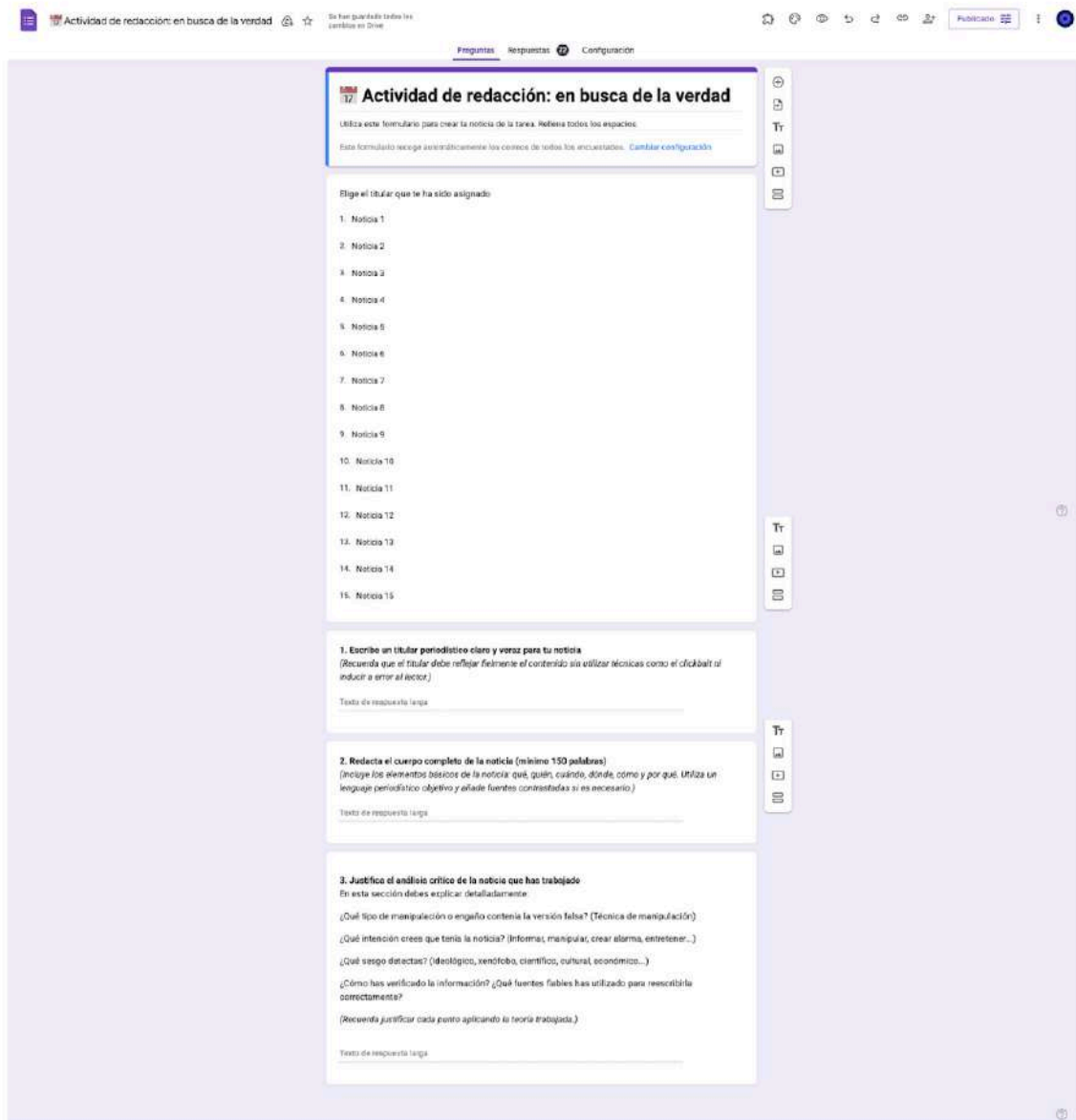


Datos de resultados

Puntuación preguntas IDIACOMM

Etiqueta	ID	Pregunta	Tipificación numérica	Respuesta 1	Respuesta 2	Respuesta 3	Respuesta 4	Respuesta 5
¿siguen regulándose su uso?	010.10.2	¿Por qué?	Respuesta: cualitativa					
Etiqueta 11.13 - ¿Considera importante dar crédito al autor de la información localizada en algún medio cuando la utilice para un proyecto propio?	011.13.1	Si o no	0-1 Respuesta	No - 0	Si - 1			
	011.13.2	¿Por qué?	Respuesta: cualitativa					
Etiqueta 11.14 - ¿Considera importante usar las TIC para establecer redes de conocimiento con el sector privado?	011.14.1	Si o no	0-1 Respuesta	No - 0	Si - 1			
	011.14.2	¿Por qué?	Respuesta: cualitativa					
Etiqueta 11.15 - ¿Considera positivo el uso de las TIC como plataformas de enseñanza-aprendizaje?	011.15.1	Si o no	Libert 1-5	No lo uso - 1	Una vez al semestre - 2	Una vez al mes - 3	Una vez a la semana - 4	Diariamente - 5
	011.15.2	¿Por qué?	Libert 1-5					
Etiqueta 12 - ¿Con qué frecuencia realiza las siguientes actividades cuando se conecta?	012.1	Realizar presentaciones	Libert 1-5	No lo uso - 1	Una vez al semestre - 2	Una vez al mes - 3	Una vez a la semana - 4	Diariamente - 5
	012.2	Realizar videoconferencias de aprendizaje	Libert 1-5	No lo uso - 1	Una vez al semestre - 2	Una vez al mes - 3	Una vez a la semana - 4	Diariamente - 5
	012.3	Realizar actividades educativas digitales propias	Libert 1-5	No lo uso - 1	Una vez al semestre - 2	Una vez al mes - 3	Una vez a la semana - 4	Diariamente - 5
	012.4	Elaborar un libro digital	Libert 1-5	No lo uso - 1	Una vez al semestre - 2	Una vez al mes - 3	Una vez a la semana - 4	Diariamente - 5
	012.5	Elaborar una página web	Libert 1-5	No lo uso - 1	Una vez al semestre - 2	Una vez al mes - 3	Una vez a la semana - 4	Diariamente - 5
Etiqueta 13 - ¿Con qué frecuencia realiza las siguientes actividades cuando se conecta?	013.1	Descargar recursos o cargar contenido en las plataformas universitarias (MOODLE/BLACKBOARD)	Libert 1-5	No lo uso - 1	Una vez al semestre - 2	Una vez al mes - 3	Una vez a la semana - 4	Diariamente - 5
	013.2	Realizar presentaciones	Libert 1-5	No lo uso - 1	Una vez al semestre - 2	Una vez al mes - 3	Una vez a la semana - 4	Diariamente - 5
	013.3	Grabar vídeos	Libert 1-5	No lo uso - 1	Una vez al semestre - 2	Una vez al mes - 3	Una vez a la semana - 4	Diariamente - 5
	013.4	Realizar videoconferencias de aprendizaje	Libert 1-5	No lo uso - 1	Una vez al semestre - 2	Una vez al mes - 3	Una vez a la semana - 4	Diariamente - 5
	013.5	Elaborar actividades educativas digitales propias	Libert 1-5	No lo uso - 1	Una vez al semestre - 2	Una vez al mes - 3	Una vez a la semana - 4	Diariamente - 5
Etiqueta 14 - ¿Con qué frecuencia realiza las siguientes actividades cuando se conecta?	014.1	Descargar recursos o cargar contenido en las plataformas universitarias (MOODLE/BLACKBOARD)	Libert 1-5	No lo uso - 1	Una vez al semestre - 2	Una vez al mes - 3	Una vez a la semana - 4	Diariamente - 5
	014.2	Realizar presentaciones	Libert 1-5	No lo uso - 1	Una vez al semestre - 2	Una vez al mes - 3	Una vez a la semana - 4	Diariamente - 5
	014.3	Grabar vídeos	Libert 1-5	No lo uso - 1	Una vez al semestre - 2	Una vez al mes - 3	Una vez a la semana - 4	Diariamente - 5
	014.4	Realizar videoconferencias de aprendizaje	Libert 1-5	No lo uso - 1	Una vez al semestre - 2	Una vez al mes - 3	Una vez a la semana - 4	Diariamente - 5
	014.5	Elaborar actividades educativas digitales propias	Libert 1-5	No lo uso - 1	Una vez al semestre - 2	Una vez al mes - 3	Una vez a la semana - 4	Diariamente - 5

### 10.3. Apéndice C: Actividad de producción escrita y rúbrica



The screenshot shows a digital activity interface titled "Actividad de redacción: en busca de la verdad". The interface is in Spanish and includes a navigation bar at the top with options for "Preguntas", "Respuestas", and "Configuración". The main content area is divided into several sections:

- Header:** "Actividad de redacción: en busca de la verdad" with a sub-instruction: "Utiliza este formulario para crear la noticia de la tarea. Rellena todos los espacios. Este formulario recoge automáticamente los datos de todos los encuestados. [Cambiar configuración](#)".
- Section 1:** "Elige el titular que te ha sido asignado" followed by a list of 15 news items labeled "Noticia 1" through "Noticia 15".
- Section 2:** "1. Escribe un titular periodístico claro y veraz para tu noticia (Recuerda que el titular debe reflejar fielmente el contenido sin utilizar técnicas como el clickbait ni inducir a error al lector)." with a "Texto de respuesta larga" input field.
- Section 3:** "2. Redacta el cuerpo completo de la noticia (mínimo 150 palabras) (Incluye los elementos básicos de la noticia: qué, quién, cuándo, dónde, cómo y por qué. Utiliza un lenguaje periodístico objetivo y añade fuentes contrastadas si es necesario.)" with a "Texto de respuesta larga" input field.
- Section 4:** "3. Justifica el análisis crítico de la noticia que has trabajado" with the instruction "En esta sección debes explicar detalladamente" and three questions:
  - ¿Qué tipo de manipulación o engaño contenía la versión falsa? (Técnica de manipulación)
  - ¿Qué intención crees que tenía la noticia? (Informar, manipular, crear alarma, entretener...)
  - ¿Qué sesgo detectas? (Ideológico, xenofobo, científico, cultural, económico...)It also includes the question "¿Cómo has verificado la información? ¿Qué fuentes fiables has utilizado para reescribirla correctamente?" and the instruction "(Recuerda justificar cada punto aplicando la teoría trabajada.)" with a "Texto de respuesta larga" input field.

## Rúbrica actividad redacción

3. Precisión y Veracidad del Contenido				
10.0	8.0	6.0	4.0	0.0
<b>Excelente</b>	<b>Buena</b>	<b>Adecuada</b>	<b>Mejorable</b>	<b>NP</b>
La noticia presenta información completamente precisa y veraz, sin ningún indicio de desinformación.	La noticia es mayormente precisa, con mínimos detalles que podrían mejorarse en términos de exactitud.	La noticia contiene algunas imprecisiones o datos no verificados que afectan parcialmente su credibilidad.	La noticia presenta información inexacta o engañosa que compromete seriamente su veracidad.	Entrega no realizada.
2. Identificación de la Intención				
10.0	8.0	6.0	4.0	0.0
<b>Excelente</b>	<b>Buena</b>	<b>Adecuada</b>	<b>Mejorable</b>	<b>NP</b>
Identifica y explica claramente la intención detrás de la noticia, demostrando una comprensión profunda de los objetivos comunicativos.	Reconoce la intención principal de la noticia y ofrece una explicación adecuada, aunque podría profundizar más en el análisis.	Identifica la intención de manera superficial, sin una explicación detallada o con cierta confusión.	No logra identificar correctamente la intención de la noticia o su explicación es incorrecta.	Entrega no realizada.
3. Detección de Técnicas de Manipulación				
10.0	8.0	6.0	4.0	0.0
<b>Excelente</b>	<b>Buena</b>	<b>Adecuada</b>	<b>Mejorable</b>	<b>NP</b>
Identifica y describe con precisión las técnicas de manipulación utilizadas en la noticia, proporcionando ejemplos claros y relevantes.	Reconoce las principales técnicas de manipulación presentes y las describe adecuadamente, aunque podría incluir más ejemplos o detalles.	Muestra una comprensión básica de las técnicas de manipulación, pero falta profundidad o precisión en la descripción.	No identifica correctamente las técnicas de manipulación o las confunde con otros conceptos.	Entrega no realizada.
4. Análisis de Sesgos Presentes				
10.0	8.0	6.0	4.0	0.0
<b>Excelente</b>	<b>Buena</b>	<b>Adecuada</b>	<b>Mejorable</b>	<b>NP</b>
Análisis de manera crítica y detallada los sesgos presentes en la noticia, evidenciando una comprensión sólida de cómo influyen en la información.	Identifica los sesgos principales y ofrece un análisis adecuado, aunque podría ser más profundo o considerar más perspectivas.	Reconoce algunos sesgos, pero su análisis es superficial o incompleto.	No identifica los sesgos presentes o su análisis es erróneo.	Entrega no realizada.
5. Precisión y Veracidad del Contenido				
10.0	8.0	6.0	4.0	0.0
<b>Excelente</b>	<b>Buena</b>	<b>Adecuada</b>	<b>Mejorable</b>	<b>NP</b>
La noticia presenta información completamente precisa y veraz, sin ningún indicio de desinformación.	La noticia es mayormente precisa, con mínimos detalles que podrían mejorarse en términos de exactitud.	La noticia contiene algunas imprecisiones o datos no verificados que afectan parcialmente su credibilidad.	La noticia presenta información inexacta o engañosa que compromete seriamente su veracidad.	Entrega no realizada.
6. Estructura y Claridad del Texto				
10.0	8.0	6.0	4.0	0.0
<b>Excelente</b>	<b>Buena</b>	<b>Adecuada</b>	<b>Mejorable</b>	<b>NP</b>
La noticia está estructurada de manera lógica y coherente, con una redacción clara y precisa que facilita su comprensión.	Presenta una estructura adecuada y una redacción clara, aunque con ligeras mejoras posibles en coherencia o precisión.	La estructura es aceptable, pero la redacción presenta ambigüedades o falta de claridad en algunos segmentos.	La noticia carece de una estructura lógica y la redacción es confusa, dificultando su comprensión.	Entrega no realizada.
7. Corrección Ortográfica y Gramatical				
10.0	8.0	6.0	4.0	0.0
<b>Excelente</b>	<b>Buena</b>	<b>Adecuada</b>	<b>Mejorable</b>	<b>NP</b>
No presenta errores ortográficos ni gramaticales, manteniendo un alto nivel de corrección lingüística.	Contiene mínimos errores ortográficos o gramaticales que no interfieren con la comprensión del texto.	Presenta varios errores ortográficos o gramaticales que afectan parcialmente la calidad del texto.	Abunda en errores ortográficos y gramaticales que dificultan seriamente la comprensión del contenido.	Entrega no realizada.
8. Originalidad y Creatividad				
10.0	8.0	6.0	4.0	0.0
<b>Excelente</b>	<b>Buena</b>	<b>Adecuada</b>	<b>Mejorable</b>	<b>NP</b>
Demuestra una alta originalidad y creatividad en la presentación de la noticia, aportando perspectivas novedosas y enfoques innovadores.	Muestra creatividad y originalidad, aunque podría explorar enfoques más innovadores o distintivos.	La noticia es funcional pero carece de elementos creativos o distintivos que la hagan destacar.	Falta originalidad y creatividad, presentando un enfoque plano o repetitivo sin aportes novedosos.	Entrega no realizada.

v1.0

### 10.4. Apéndice D: Cuestionario de percepción de la experiencia de aprendizaje

The image shows a digital questionnaire interface titled "Percepción de la experiencia de aprendizaje". The interface is divided into sections and includes the following elements:

- Navigation:** "Preguntas", "Respuestas", and "Configuración" tabs at the top.
- Section 1:** "Experiencia de aprendizaje" with a description and a "Cambiar configuración" link. It includes a "Grupo" selection with radio buttons for "Grupo 1", "Grupo 2", and "Grupo 3".
- Section 2: AUTOEVALUACIÓN**
  - Question 1: "¿Cómo valoras tu nivel actual de comprensión sobre la manipulación médica y la desinformación? (1 = Nada, 5 = Mucho)". Rating scale: 1 ☆, 2 ☆, 3 ☆, 4 ☆, 5 ☆.
  - Question 2: "¿Cuál ha sido tu implicación personal en las actividades relacionadas con el tema? (1 = Baja, 5 = Muy alta)". Rating scale: 1 ☆, 2 ☆, 3 ☆, 4 ☆, 5 ☆.
  - Question 3: "¿Qué estrategias o técnicas recuerdas mejor después del proyecto o las sesiones de clase?". Text input field: "Texto de respuesta corta".
  - Question 4: "¿Crees que has mejorado en algo con las sesiones de este proyecto? ¿En qué?". Text input field: "Texto de respuesta corta".
- Section 3: MOTIVACIONAL**
  - Question 5: "¿Cómo te has sentido con la metodología de trabajo de tu grupo (exploraciones, actividades, recursos...)? (1 = Nada cómodo/a, 5 = Muy cómodo/a)". Rating scale: 1 ☆, 2 ☆, 3 ☆, 4 ☆, 5 ☆.
  - Question 6: "¿Te ha parecido útil lo que has aprendido para la vida real? (1 = Nada, 5 = Mucho)". Rating scale: 1 ☆, 2 ☆, 3 ☆, 4 ☆, 5 ☆.

Each question section includes a "Descripción (opcional)" field and a "Después de la sección X" navigation arrow.

¿Recomendarías esta manera de aprender a otros compañeros? ¿Por qué?

Texto de respuesta corta

¿Cómo valoras la actividad de redacción de noticias y análisis crítico?  
(1 = Nada útil, 5 = Muy útil)

1 2 3 4 5

☆ ☆ ☆ ☆ ☆

¿Qué parte de la actividad te ha resultado más interesante o sorprendente?

Texto de respuesta corta

Después de la sección 3 ir a la siguiente sección

Sección 4 de 4

**SECCIÓN 3: REFLEXIÓN FINAL**

Descripción (opcional)


¿Crees que te ha ayudado a tener una mirada más crítica sobre los medios y la información?  
(1 = Nada, 5 = Mucho)

1 2 3 4 5

☆ ☆ ☆ ☆ ☆

Escribe una frase sincera que resuma qué te llevas de esta experiencia.

Texto de respuesta corta



## 10.5. Apéndice E: Presentación general del proyecto

# Comunicación y medios

## Fake News y el poder de la información

Un experimento educativo

- Introducción
- ¿Por qué es importante?
- Proyecto 1 - Pensamiento crítico
- Proyecto 2 - ABP + Periódico
- Proyecto 3 - ABP + Noticiero
- Competencias específicas
- Cuestionarios

3º de la ESO

**Lengua castellana y literatura**



Ortiz Matamoras (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



# Introducción

Esta no será una clase tradicional. Durante las próximas sesiones, vamos a realizar un experimento educativo innovador en el que no solo aprenderemos sobre comunicación, noticias y medios, sino que también analizaremos críticamente cómo se construye la información y cómo nos afecta a diario.

Cada uno de vosotros tendréis un papel clave en este experimento. Vamos a explorar cómo se difunde la desinformación, cómo podemos identificarla y qué impacto tiene en la sociedad. Para ello, utilizaremos metodologías innovadoras, herramientas digitales y desarrollaremos el pensamiento crítico.

**Comunicación y Medios**



Ortiz Matamoras (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



## ¿En qué consiste este proyecto?

Este proyecto consiste en una investigación científica sobre métodos educativos. Esta investigación es la base de mi proyecto de final de Máster en la URV titulado:

**Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.**

Se llevará a cabo con los 3 grupos de 3º de la ESO en la asignatura de Lengua castellana y literatura.

Cada grupo participará en una dinámica diferente, pero todas estarán conectadas dentro del marco del pensamiento crítico y la alfabetización mediática.



Orlitz Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.

### Comunicación y Medios

#### ¿Por qué es importante?

Vivimos en un mundo donde la información se mueve más rápido que nunca. Redes sociales, noticias digitales, influencers y medios tradicionales nos bombardean con contenido constantemente. Pero, ¿cómo sabemos si lo que vemos, leemos o escuchamos es cierto? Ese es el reto que enfrentaremos juntos.

#### Aprenderemos a:

- ✓ Diferenciar noticias reales de falsas.
- ✓ Analizar cómo influyen los medios en nuestras opiniones y decisiones.
- ✓ Aplicar herramientas para verificar la autenticidad de la información.
- ✓ Crear contenido informativo responsable y bien fundamentado.



## Proyecto 1 - Pensamiento crítico

**Objetivo:** Desarrollar la capacidad de análisis crítico frente a la información y las noticias falsas.



Orlitz Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.

### Comunicación y Medios

#### ¿Qué veremos?

- 01 Introducción a la comunicación
- 02 Los medios de comunicación
- 03 La publicidad
- 04 Los géneros periodísticos
- 05 La noticia, manipulación y fake news

#### ¿Cuánto dura?

5 sesiones, hasta Semana Santa.



## Proyecto 2 - ABP (Periódico)

**Objetivo:** Crear un periódico con noticias verificadas y estructuradas correctamente que incluya un suplemento para verificar noticias.



Orlitz Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.

Comunicación y Medios

### ¿Qué veremos?

- 01 Introducción a la comunicación
- 02 Los medios de comunicación
- 03 La publicidad
- 04 Los géneros periodísticos
- 05 La noticia, manipulación y fake news
- 06 Teoría relacionada para elaborar un producto de prensa escrita

### ¿Cuánto dura?

5 sesiones, hasta Semana Santa.

UNIVERSITAT  
ROVIRA I VIRGILI

## Proyecto 3 - ABP (Noticiero audiovisual)

**Objetivo:** Producir un noticiero audiovisual con información real contrastada.



Orlitz Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.

Comunicación y Medios

### ¿Qué veremos?

- 01 Introducción a la comunicación
- 02 Los medios de comunicación
- 03 La publicidad
- 04 Los géneros periodísticos
- 05 La noticia, manipulación y fake news
- 06 Teoría relacionada para elaborar un producto audiovisual

### ¿Cuánto dura?

5 sesiones, hasta Semana Santa.

UNIVERSITAT  
ROVIRA I VIRGILI

# Competencias específicas

- **Competencia 1** (Comprensión lectora): Obtener información, interpretar y valorar el contenido que presentan los textos escritos de la vida cotidiana, de los medios de comunicación y académicos para comprenderlos..
- **Competencia 2** (Comprensión lectora): Reconocer los géneros del texto, la estructura y su formato, e interpretar sus rasgos léxicos y morfosintácticos para comprenderlo.
- **Competencia 3** (Comprensión lectora): Desarrollar estrategias de búsqueda y gestión de la información para adquirir conocimiento.
- **Competencia 4** (Expresión escrita): Planificar la escritura según la situación comunicativa, elaborando textos a partir de la generación de ideas y su organización.
- **Competencia 5** (Expresión escrita): Escribir textos de tipología diversa y en diferentes formatos y soportes con adecuación, coherencia, cohesión y corrección lingüística.
- **Competencia 9** (Comunicación oral): Emplear estrategias de interacción oral adecuadas a la situación comunicativa para iniciar, mantener y finalizar el discurso.
- **Competencia personal y social:** favorece el desarrollo de habilidades sociales para comunicarse adecuadamente en diversos contextos.

Órion Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



# Cuestionarios iniciales

## Cuestionario I-DIACOMM

Es un cuestionario oficial validado académicamente que mide la competencia mediática en estudiantes.

[Ir al cuestionario](#)

## Cuestionario sobre comunicación y medios

Es un cuestionario de validación de conocimiento directamente relacionado con los contenidos que se tratarán durante el proyecto.

[Ir al cuestionario](#)

Ambos cuestionarios servirán para recoger los datos necesarios para llevar a cabo la investigación científica del proyecto.

Órion Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



## 10.6. Apéndice F: Manual teórico de contenidos

3º de la ESO  
**Lengua castellana  
y literatura**

# Comunicación y medios

**Fake News y el poder de la información**  
Un experimento educativo



- 01 Introducción a la comunicación
- 02 Medios de comunicación
- 03 La publicidad
- 04 Géneros periodísticos
- 05 La noticia, manipulación y fake news
- 06 Competencias específicas
- 07 Referencias

Oriol Matamoros (2026). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



3º de la ESO  
**Lengua castellana  
y literatura**

# 1. Introducción a la comunicación



- ¿Qué es la comunicación?
- Elementos esenciales de la comunicación
- Tipos de comunicación
- La importancia de la comunicación efectiva
- Actividades propuestas
- Competencias específicas

Oriol Matamoros (2026). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



1. Introducción a la comunicación

# ¿Qué es la comunicación?

La comunicación es el **proceso** mediante el cual los **seres humanos intercambiamos información, ideas, emociones y pensamientos**.

Es un elemento clave en la sociedad, ya que nos permite interactuar y construir conocimiento en conjunto. Desde la antigüedad, la comunicación ha sido fundamental en la organización de comunidades y en la evolución cultural.



Oriol Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



1. Introducción a la comunicación

# Elementos esenciales de la comunicación

Para que la comunicación sea efectiva, es necesario entender sus elementos fundamentales:

- 1 Emisor:** Persona o entidad que genera y transmite el mensaje.
- 2 Mensaje:** Información que se transmite, puede ser oral, escrita, visual o digital.
- 3 Receptor:** Persona o grupo que recibe e interpreta el mensaje.

Hasta 7 elementos podemos llegar a identificar en una comunicación efectiva.

- 4. Canal**  
Medio por el cual se transmite el mensaje (oral, escrito, digital, audiovisual, etc.).
- 5. Código**  
Lenguaje o conjunto de signos compartidos entre el emisor y el receptor (palabras, imágenes, gestos, etc.).
- 6. Contexto**  
Situación en la que se da la comunicación, que influye en la interpretación del mensaje.
- 7. Retroalimentación**  
Respuesta que da el receptor al mensaje recibido, permitiendo la confirmación de comprensión.

Oriol Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



## Tipos de comunicación

Existen diferentes tipos de comunicación, entre los que destacan:



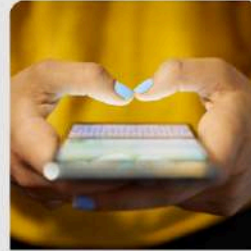
### Comunicación verbal

Uso de palabras habladas o escritas. Ejemplo: una conversación entre amigos o un correo electrónico.



### Comunicación no verbal

Uso de gestos, expresiones faciales, posturas y otros elementos no lingüísticos. Ejemplo: un gesto de desaprobación sin pronunciar palabra.



### Comunicación digital

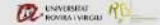
A través de medios electrónicos, como internet y redes sociales. Ejemplo: un mensaje de WhatsApp o un tuit.



### Comunicación visual

Uso de imágenes, gráficos y símbolos para transmitir un mensaje. Ejemplo: una infografía sobre el cambio climático.

Oriol Matamoros (2026). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



## La importancia de la comunicación efectiva

Una comunicación clara y efectiva facilita la comprensión, reduce malentendidos y mejora la interacción social, educativa y profesional. En el ámbito educativo, una comunicación eficiente permite el aprendizaje colaborativo y el desarrollo de habilidades de pensamiento crítico.

Comunicarse bien es importante por varios motivos:

- Facilita la comprensión entre personas.
- Evita conflictos y malentendidos.
- Permite expresar claramente nuestras necesidades, ideas y emociones.
- Mejora las relaciones personales, escolares y sociales.

Oriol Matamoros (2026). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



3º de la ESO

Lengua castellana  
y literatura



## 2. Medios de comunicación

¿Qué son los medios de comunicación?

Tipos de medios de comunicación

Comunicación digital y visual

Características generales de los medios

Influencia de los medios

Actividades propuestas

Competencias específicas

Orlali Matamoros (2026). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



2. Medios de comunicación

### ¿Qué son los medios de comunicación?

Los medios de comunicación son herramientas o canales mediante los cuales se difunde información y contenidos diversos a grandes audiencias. Son fundamentales para informar, entretener y formar la opinión pública.



Orlali Matamoros (2026). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



## Tipos de medios de comunicación

1. **Prensa escrita:** Publicaciones periódicas como periódicos y revistas, tanto en formato impreso como digital.
2. **Radio:** Medio que utiliza exclusivamente el sonido, combinando voz, música y efectos sonoros para transmitir información y entretenimiento.
3. **Televisión:** Integra sonido e imágenes en movimiento, permitiendo una difusión masiva y captación visual de los contenidos.
4. **Internet:** Medio digital que permite acceso inmediato a información diversa y comunicación global a través de múltiples plataformas.

## Comunicación digital y visual

**1 Comunicación digital:** Basada en plataformas digitales como redes sociales, blogs y páginas web, que permiten una difusión rápida y la interacción entre usuarios.

**2 Comunicación visual:** Importancia de elementos visuales como el color, las imágenes, la composición y la tipografía en la transmisión del mensaje.

## Características generales de los medios

Existen diferentes tipos de comunicación, entre los que destacan:



### Difusión masiva

Capacidad de llegar a una gran audiencia.



### Periodicidad

Se publican o emiten de manera regular (diaria, semanal, mensual, etc.).



### Inmediatez

Posibilidad de transmitir información en tiempo real.

2. Medios de comunicación

## Influencia de los medios

Los medios de comunicación influyen en diversos aspectos de la sociedad.

**Creación y difusión de opinión:** Los medios ayudan a construir percepciones sobre acontecimientos y temas de interés público.

**Entretenimiento:** Proporcionan contenido lúdico, como programas de televisión, música y plataformas de streaming.

**Difusión de información:** Permiten que las personas se mantengan informadas sobre la actualidad.

**Formación cultural y educativa:** Facilitan el acceso al conocimiento y fomentan el aprendizaje.

Oriol Matamoros (2026). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



3º de la ESO  
**Lengua castellana  
y literatura**

## 3. La Publicidad

¿Qué es la publicidad?

Objetivos de la publicidad

Tipos de publicidad

Formatos publicitarios

Lenguaje publicitario y recursos persuasivos

Competencias específicas



Oriol Matamoros (2026). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



3. La publicidad

# Introducción

Cada día recibimos más de 6.000 impactos publicitarios a través de distintos medios y formatos. Sin embargo, nuestra capacidad de atención es limitada, y en promedio solo retenemos 18 anuncios al día.

El objetivo de estos impactos es influir en nuestro pensamiento, promoviendo el consumo de productos o servicios, la adopción de nuevos hábitos o cambios de comportamiento.

La publicidad no solo informa y persuade, sino que también construye la identidad de las marcas y juega un papel crucial en la cultura y la sociedad.



Oriol Matamoras (2026). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.

3. La publicidad

# ¿Qué es la publicidad?

La publicidad es una forma de comunicación que busca influir en el comportamiento de las personas para que compren un producto, adopten una idea o participen en una acción. Se basa en estrategias persuasivas y utiliza distintos formatos y medios para llegar a su audiencia.



Oriol Matamoras (2026). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.

# Objetivos de la publicidad

- 1 Informar:** Dar a conocer productos, servicios o ideas.
- 2 Persuadir:** Convencer al público de las ventajas o beneficios de lo que se promociona.
- 3 Recordar:** Mantener presente la marca o el mensaje en la mente del consumidor.
- 4 Concienciar:** Generar un cambio de comportamiento o transmitir valores sociales.

3. La publicidad

## Tipos de publicidad

Existen diferentes tipos de comunicación, entre los que destacan:



**Publicidad comercial**  
Busca vender productos o servicios mediante anuncios en diversos medios.



**Publicidad institucional**  
Promueve valores, campañas de concienciación o proyectos de entidades gubernamentales o privadas sin ánimo de lucro.



**Propaganda política**  
Difunde ideas y programas políticos para captar el apoyo ciudadano. Su objetivo es influir en la opinión pública y generar adhesión a una ideología o candidato.



**Publicidad subliminal**  
Mensajes que influyen en el consumidor de manera inconsciente.



**Publicidad encubierta**  
Anuncios camuflados en contenido de entretenimiento o informativo.



**Publicidad emocional**  
Usa sentimientos para conectar con el público y reforzar el mensaje de marca.

Orlitz Matamoros (2026). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



3. La publicidad

## Formatos publicitarios

Existen diferentes tipos de comunicación, entre los que destacan:



**Anuncios en prensa y revistas**  
Publicidad escrita con imágenes llamativas y textos persuasivos.



**Spots televisivos**  
Mensajes audiovisuales de corta duración que combinan imagen, sonido y música.



**Cuñas de radio**  
Publicidad sonora breve y directa que aprovecha el impacto del audio.



**Publicidad en internet**  
Incluye banners, anuncios en redes sociales, videos patrocinados y estrategias de marketing digital.

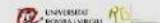


**Emplazamiento de producto**  
Inclusión de productos dentro de películas, series o videos sin que parezca un anuncio directo.



**Carteles y vallas publicitarias**  
Mensajes visuales ubicados en espacios públicos con alto tráfico.

Orlitz Matamoros (2026). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



## 3. La publicidad

## Lenguaje publicitario y recursos persuasivos

La publicidad emplea técnicas específicas para captar la atención y convencer a los consumidores.

- **Eslogan:** Frase breve y pegadiza que resume la esencia de la marca o producto.
- **Repetición:** Refuerzo constante de la marca o mensaje clave.
- **Figuras retóricas:** Uso de metáforas, comparaciones o juegos de palabras para hacer el mensaje más atractivo.
- **Llamadas a la acción:** Expresiones como "Compra ahora", "Descubre más" o "No te lo pierdas".
- **Uso de emociones:** Apelar a sentimientos de felicidad, miedo, nostalgia o deseo para generar conexión con el consumidor.
- **Testimonios y prescriptores:** Uso de figuras públicas o personas reales que validan el producto con su experiencia.
- **Colores y tipografía:** Elementos visuales diseñados estratégicamente para transmitir emociones y reforzar el mensaje de la marca.
- **Simplicidad y síntesis:** Expresar un solo mensaje de forma clara y directa.
- **Estrategia de persuasión:** Se utilizan técnicas como la escasez ("Últimas unidades"), la urgencia ("Oferta por tiempo limitado") o la autoridad (expertos que avalan el producto).

Oriol Matamoras (2026). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



3º de la ESO

### Lengua castellana y literatura

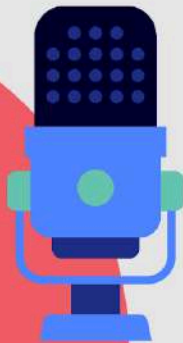
## 4. Los géneros periodísticos

Introducción

Clasificación de los géneros periodísticos

Características de los géneros periodísticos

Competencias específicas



Oriol Matamoras (2026). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



4. Los géneros periodísticos

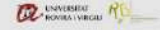
# Introducción

Los medios de comunicación informan a la sociedad a través de diferentes tipos de textos, conocidos como géneros periodísticos. Estos géneros se clasifican en función de su intención comunicativa: informar, opinar o interpretar los acontecimientos de actualidad.

Cada género periodístico tiene una estructura definida y sigue principios fundamentales como la objetividad, veracidad y precisión. Sin embargo, algunos géneros incluyen la opinión del autor o del medio que los difunde, influyendo en la percepción de los hechos.



Oriol Matamoros (2026). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



4. Los géneros periodísticos

# Clasificación de los géneros periodísticos

Los géneros periodísticos se dividen en tres grandes categorías:

## 1. Géneros informativos

Su objetivo es transmitir datos y hechos de manera objetiva, sin interpretación del periodista.

- **Noticia:** Relato breve y objetivo de un hecho actual y relevante. Ejemplo: "El Gobierno aprueba una nueva ley de educación".
- **Reportaje:** Texto más extenso que profundiza en un tema, incluyendo datos, testimonios e imágenes. Ejemplo: "Cómo ha cambiado el sistema educativo en los últimos 10 años".
- **Entrevista:** Diálogo entre un periodista y un entrevistado para obtener información o conocer su opinión. Ejemplo: "El ministro de Educación responde sobre la nueva reforma".

## 2. Géneros de opinión

Interpretan la realidad y reflejan el punto de vista del autor o del medio de comunicación.

- **Artículo de opinión:** Texto firmado por un autor en el que expresa su punto de vista sobre un tema. Ejemplo: "Los desafíos de la educación en la era digital".
- **Editorial:** Opinión institucional del periódico sobre un asunto de actualidad. Ejemplo: "El futuro de la educación: una responsabilidad de todos".
- **Columna:** Artículo breve con el estilo personal del autor. Ejemplo: "Mi experiencia como docente en tiempos de pandemia".
- **Cartas al director:** Espacio en el que los lectores expresan su opinión sobre un tema publicado en el medio. Ejemplo: "Como padre, apoyo la nueva ley de educación".

## 3. Géneros híbridos

Mezclan información y opinión, combinando datos con la interpretación del periodista.

- **Crónica:** Relato de un hecho en orden cronológico con la visión del periodista. Ejemplo: "Así fue la jornada de protestas estudiantiles en Madrid".
- **Crítica:** Evaluación de un producto cultural (libro, película, obra de teatro, etc.) con argumentos. Ejemplo: "Reseña de la última novela de Isabel Allende".

Oriol Matamoros (2026). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



## 4. Los géneros periodísticos

## Características de los géneros periodísticos

Todos los géneros periodísticos tienen unas características básicas en común:

- **Claridad y concisión:** Uso de lenguaje preciso y directo.
- **Estructura bien definida:** Especialmente en las noticias, que siguen el esquema de las 6W (qué, quién, dónde, cuándo, por qué y cómo).
- **Objetividad en los informativos y subjetividad en los de opinión.**
- **Uso de recursos expresivos:** Titulares llamativos, citas, estadísticas y elementos visuales para captar la atención del lector.



Oriol Matamoras (2026). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



3º de la ESO  
**Lengua castellana  
y literatura**

## 5. La noticia, manipulación y *fake news*



Introducción  
La estructura de la noticia  
Manipulación de la información y fake news  
Técnicas de manipulación más comunes

Oriol Matamoras (2026). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



## 5. La noticia, manipulación y fake news

## Introducción

En la sociedad actual, estamos constantemente expuestos a una gran cantidad de información, pero no toda es veraz o fiable. Es fundamental desarrollar habilidades de literacidad crítica, es decir, la capacidad de analizar, interpretar y evaluar la información para detectar manipulaciones o noticias falsas (*fake news*).

El objetivo de este apartado es aprender a identificar qué hace que una noticia sea confiable y cómo evitar caer en la desinformación. Además, exploraremos el impacto de la manipulación informativa en la opinión pública y cómo la alfabetización mediática es una herramienta clave en la ciudadanía digital.



Orlao Matamoros (2026). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.

UNIVERSITAT  
ROVIRA I VIRGILI

## 5. La noticia, manipulación y fake news

## La estructura de la noticia

Las noticias deben presentar la información de manera clara, objetiva y estructurada siguiendo el modelo de las 6W:

- **Qué (What): ¿Qué ha sucedido?** → El gobierno español ha anunciado que a partir del curso 2024-2025 se prohibirá el uso de teléfonos móviles en los centros escolares.
- **Quién (Who): ¿Quiénes están involucrados?** → Ministerio de Educación, alumnos, profesores y familias.
- **Dónde (Where): ¿Dónde ocurrió?** → En todos los colegios e institutos de España, aunque la decisión se tomó en el Ministerio de Educación en Madrid.
- **Cuándo (When): ¿Cuándo sucedió?** → El anuncio se hizo en marzo de 2024 y la medida entrará en vigor en septiembre del mismo año.
- **Por qué (Why): ¿Por qué ocurrió?** → Debido a los informes sobre el impacto negativo de los móviles en el rendimiento académico y la socialización de los estudiantes.
- **Cómo (How): ¿Cómo ocurrió?** → Se implementará mediante normativas en cada comunidad autónoma y con la supervisión de los docentes, quienes tendrán la responsabilidad de hacer cumplir la normativa dentro de los centros educativos.

Orlao Matamoros (2026). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.

UNIVERSITAT  
ROVIRA I VIRGILI

### Partes de una noticia:

- 1 **Titular:** Frase breve que resume la noticia y capta la atención del lector. Ejemplo:

**España prohíbe el uso de móviles en los colegios a partir del curso 2024-2025.**

- 2 **Entrada o lead:** Responde a las 6W y proporciona la información esencial. Ejemplo:

El Gobierno de España ha anunciado una nueva normativa educativa que entrará en vigor el próximo curso y prohibirá el uso de teléfonos móviles en las aulas con el objetivo de mejorar la atención y reducir la dependencia digital de los alumnos.

- 3 **Cuerpo:** Desarrolla los detalles, datos y antecedentes del hecho.

- 4 **Cierre:** Puede incluir declaraciones, consecuencias o conclusiones sobre el evento.

## Manipulación de la información y fake news

En la era digital, la desinformación es uno de los mayores riesgos para las democracias y la convivencia social. Las fake news o noticias falsas se crean y difunden con la intención de manipularnos, influir en nuestras opiniones o provocar miedo y odio.

Su peligro está en que afectan a la manera en que entendemos el mundo y tomamos decisiones, y pueden provocar desde conflictos sociales hasta dañar la salud pública o manipular resultados electorales.

### ¿Qué es la desinformación?

La desinformación es información falsa o manipulada creada y difundida con la intención de engañar o influir en la opinión pública, generar miedo, odio o favorecer a alguien.

### ¡Ojo! No todo lo falso es desinformación:

- Desinformación: Se difunde a propósito para manipular.
- Mala información: Contenido falso por error o falta de verificación.

### ⚠️ ¿Por qué es peligrosa la desinformación?

- Aumenta la polarización social.
- Genera miedo, odio o discriminación hacia colectivos.
- Perjudica la confianza en las instituciones y medios.
- Puede afectar a nuestra salud y bienestar (bulos sobre vacunas, pandemias...).
- Facilita la manipulación por parte de gobiernos, empresas o grupos de poder.

## ¿Cuál es la intención detrás de la desinformación?

No toda la información incorrecta es una fake news. Lo que convierte una noticia en desinformación es su intención.

### Principales intenciones de la desinformación

#### 1 Manipular la opinión pública

Influir en lo que piensas sobre un tema, partido político, cultura o colectivo.  
**Ejemplo:** "El Gobierno regalará dinero solo a los inmigrantes."

#### 2 Generar miedo o alarma social

Crear preocupación, pánico o desconfianza sobre algo o alguien.  
**Ejemplo:** "La vacuna de la COVID altera tu ADN."

#### 3 Atraer clics y ganar dinero (Clickbait)

Usar titulares impactantes o falsos solo para que entres y veas publicidad.  
**Ejemplo:** "Adiós a los móviles en España: lo que harán con los estudiantes."

#### 4 Desacreditar a alguien o algo

Perjudicar la reputación de una persona, institución o empresa.  
**Ejemplo:** "Griñols se hunde tras destaparse un fraude."

#### 5 Dividir y polarizar a la sociedad

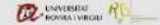
Enfrentar a dos grupos con ideas opuestas y generar conflictos.  
**Ejemplo:** "Disney elimina los clásicos por racistas y ofensivos."

## Técnicas de manipulación más comunes

La desinformación puede tomar distintas formas, desde noticias falsas hasta información tergiversada con la intención de manipular a la audiencia. Algunas estrategias comunes incluyen:

- **Clickbait:** Titulares engañosos diseñados para atraer clics y generar ingresos publicitarios. (Ejemplo: "¡Adiós a los móviles en España! Descubre lo que harán los estudiantes ahora.")
- **Fuentes no verificadas:** Noticias sin respaldo de medios confiables, a menudo propagadas en redes sociales. (Ejemplo: "WhatsApp, Instagram y TikTok dejan de funcionar en los institutos de Catalunya sin previo aviso.")
- **Sesgo informativo:** Presentación parcial o manipulada de los hechos para favorecer una ideología o interés particular. (Ejemplo: "El gobierno prohíbe los móviles sin consultar a las familias." Esto busca dañar la imagen del gobierno al omitir que la decisión se basó en estudios y consultas previas.)
- **Imágenes o vídeos manipulados:** Ediciones o deepfakes que distorsionan la realidad. (Ejemplo: "Los alumnos no acuden a las aulas para protestar contra la ley del móvil" acompañado de una imagen antigua de un reportaje sobre el mantenimiento de los institutos en verano, donde las aulas vacías se deben a las vacaciones y no a una protesta estudiantil.)
- **Sátira y parodia:** Contenidos humorísticos que pueden ser confundidos con noticias reales. (Ejemplo: "Casio ofrece un reloj digital a cada aula donde se aplique la ley contra los móviles, para controlar la hora.")
- **Desinformación de contexto:** Publicación de información real pero presentada fuera de su contexto original para inducir a error. (Ejemplo: "Un artículo de 2015 sobre el uso de móviles en clase se hace pasar por reciente, sin aclarar que en aquel entonces las políticas educativas eran distintas.")

Orlitz Matamoros (2026). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.

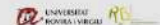


## Tipos de sesgo en la información

La desinformación puede tomar distintas formas, desde noticias falsas hasta información tergiversada con la intención de manipular a la audiencia. Algunas estrategias comunes incluyen:

- **Ideológico/político:** Favorecer una ideología o partido. "El gobierno prohíbe los móviles sin consultar a las familias" (omitiendo que sí hubo otros tipos de consultas).
- **Económico:** Manipular para ganar dinero o perjudicar a una empresa. "La nueva ley hará que todos pierdan su trabajo" (sin datos).
- **Xenóforo / Racista:** Atacar a grupos o personas por su origen o raza. "Los inmigrantes recibirán 1.000€ al mes sin trabajar".
- **Alarmismo / Miedo:** Exagerar para causar miedo. "Los okupas podrán quedarse con tu casa si te vas de vacaciones".
- **Sexista / Moral:** Difundir valores o ideas discriminatorias o moralistas. "Las niñas usan el móvil solo para redes sociales".
- **Científico:** Manipular datos o investigaciones científicas. "La vacuna altera tu ADN y te controla".

Orlitz Matamoros (2026). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



## Recuerda

### ¿Cómo identificar una noticia falsa o manipulada?

#### Revisa siempre:


- ✓ El titular: ¿Es exagerado o sensacionalista?
- ✓ La fuente: ¿Es un medio conocido y fiable?
- ✓ La fecha: ¿Es actual o está descontextualizada?
- ✓ La intención: ¿Qué quiere que sientas (miedo, enfado)?
- ✓ Contrasta: Busca otras fuentes que hablen del tema.

### ¿Qué hacer si detecto una fake new?

- No la compartas.
- Verifica en medios y fact-checkers: Maldita.es, Newtral, Verificat, EFE Verifica.
- Infórmate antes de opinar o reenviar.

### Consejo final

La desinformación ataca nuestro derecho a la información y a pensar por nosotros mismos. ¡No seas parte de la cadena!

 Tu reto como periodista o lector crítico: Analizar siempre el mensaje, la fuente y la intención. Defender la verdad es defender la libertad.

## Responsabilidad en el consumo de información

Para evitar caer en la desinformación, es esencial:

- **Verificar fuentes:** Comprobar la credibilidad del medio o del autor, revisando si se trata de una fuente primaria o secundaria. (Ejemplo: "El Ministerio de Educación ha publicado la normativa en su web oficial.")
- **Contrastar información:** Buscar diferentes fuentes sobre un mismo tema para detectar inconsistencias. (Ejemplo: "El País, RTVE y El Mundo han cubierto la noticia con datos similares.")
- **Analizar la intención del mensaje:** Identificar si busca informar, persuadir o manipular. (Ejemplo: "Algunos artículos presentan la medida como una restricción de derechos, mientras que otros la ven como una solución educativa.")
- **Ser conscientes de los sesgos:** Reflexionar sobre nuestras propias creencias para no dejarnos influir fácilmente. (Ejemplo: "Si solo leo medios que critican la medida, no tendré una visión objetiva.")
- **Evitar difundir información sin confirmar:** No compartir noticias de dudosa procedencia sin haberlas verificado previamente. (Ejemplo: "Antes de compartir una publicación alarmante, reviso si está en medios confiables.")
- **Usar herramientas de verificación:** Recursos como Google Fact Check Explorer, Snopes, Newtral y Maldita.es permiten comprobar la autenticidad de la información.



Orlitz Matamoros (2026). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



## Competencias específicas trabajadas

- **Competencia 1 (Comprensión lectora):** Obtener información, interpretar y valorar el contenido que presentan los textos escritos de la vida cotidiana, de los medios de comunicación y académicos para comprenderlos.
- **Competencia 2 (Comprensión lectora):** Reconocer los géneros del texto, la estructura y su formato, e interpretar sus rasgos léxicos y morfosintácticos para comprenderlo.
- **Competencia 3 (Comprensión lectora):** Desarrollar estrategias de búsqueda y gestión de la información para adquirir conocimiento.
- **Competencia 4 (Expresión escrita):** Planificar la escritura según la situación comunicativa, elaborando textos a partir de la generación de ideas y su organización.
- **Competencia 5 (Expresión escrita):** Escribir textos de tipología diversa y en diferentes formatos y soportes con adecuación, coherencia, cohesión y corrección lingüística.
- **Competencia 9 (Comunicación oral):** Emplear estrategias de interacción oral adecuadas a la situación comunicativa para iniciar, mantener y finalizar el discurso.
- **Competencia personal y social:** favorece el desarrollo de habilidades sociales para comunicarse adecuadamente en diversos contextos.

Orlitz Matamoros (2026). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



## 10.7. Apéndice G: Material de actividad - Grupo 0 (Metodología tradicional)




3º de la ESO

**Lengua castellana  
y literatura**



# Sesión 4 - Redacción en la zona ce

Has sido seleccionado como el reportero perfecto gracias a tus habilidades para identificar qué noticias nos mienten y cómo para transmitirlo a la sociedad. Encontrarás la noticia que te ha sido asignada en el Classroom.

Es el momento de demostrar tu capacidad para analizar y desenmascarar la desinformación que contamina nuestro mundo.

**Tareas:**

- Te ha sido asignado un titular de noticia. Tu misión es descubrir porqué es falsa, cómo trata de manipular, buscar las fuentes y reescribirla aplicando el rigor y la ética periodística.
- Investiga los sesgos, las fuentes, las técnicas de manipulación...
- Debes plantear un titular, reescribir la noticia correctamente (desmentir el bulo) y justificar el análisis que has realizado. Realiza la tarea a través del cuestionario que encontrarás en Classroom.

**Misión:**  
Convertirte en detective de la información y la verdad

**Fecha límite:**  
Lunes, 06/04/2025.

**Entrega:**  
Rellena los campos del cuestionario Sesión 4 - Presentación de las noticias de Classroom y marcar la tarea como entregada.

El futuro de la información depende de ti.

Oriol Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.

## 10.8. Apéndice H: Guía de proyecto - Grupo 1 (ABP Periódico)

3º de la ESO  
Lengua castellana  
y literatura

# Daily Fake News: El periódico contra la desinformación

3º ESO B | 2024 - 2025  
Institut Ramon Berenguer IV



01 Introducción  
02 Objetivos  
03 Evaluación  
04 Material necesario  
05 Planificación de las sesiones

Orlitz Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.

3º de la ESO  
Lengua castellana  
y literatura

# Introducción

**¡Ciudadanos en peligro!** El virus de la desinformación se propaga sin control...

Los rumores, bulos y noticias falsas han infectado todos los medios.

La verdad se desvanece y la ciudadanía pierde la capacidad de decidir con criterio.

**¿Nuestra misión?**  
Crear el único periódico de la verdad. Seremos la última línea de defensa contra la manipulación.

¿Serás capaz de detectar el engaño y devolver la verdad a la ciudadanía?



Orlitz Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.

## Objetivos

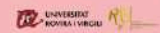
Vuestra misión principal será detectar y desmontar bulos a través de un periódico que demuestre que la verdad sigue importando.

### Objetivos de aprendizaje

- Comprender el funcionamiento de la comunicación y los medios.
- Detectar y analizar la desinformación, los sesgos y las fake news.
- Reescribir y crear noticias veraces siguiendo el código ético periodístico.
- Crear y diseñar un periódico profesional y riguroso.
- Fomentar el trabajo en equipo y el uso responsable de las TIC.



Orlitz Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



3º de la ESO  
Lengua castellana  
y literatura

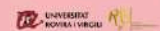
## Evaluación

- **Reescritura de noticias:** aplicando el rigor periodístico.
- **Participación y expresión oral** en la constitución del periódico.
- **Trabajo en equipo y responsabilidad** en el proceso de creación.
- **Producto final:** calidad y veracidad del periódico
- **Reflexión final, participación** en el debate sobre la desinformación y puntuación final en el **cuestionario de conocimientos**.

✦ Cada tarea dispone de rúbricas claras para valorar la actividad.



Orlitz Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



3º de la ESO  
Lengua castellana  
y literatura

# Material

Vivimos en un mundo saturado de información. Cada día nos llegan miles de noticias, pero... ¿cuántas de ellas son ciertas? Y lo más grave... ¿qué pasa si creemos lo falso?

## CONOCIMIENTOS DISPONIBLES EN CLASSROOM:

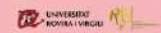
- **Manual de conocimiento**
- **Manual de maquetación:** Explica los básicos del diseño y la maquetación digital.
- **Manual de Producción:** Búsqueda de fuentes y material audiovisual libre de derechos.
- **Manual del director:** Manual que explica el funcionamiento de un periódico.

## MATERIALES NECESARIOS PARA EL PROYECTO

- Ordenadores
- Programa de edición de texto y maquetación (Google Docs y Canva)



Orlitz Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



# Sesiones

## Sesión 1 – Redacción en la zona cero

- Análisis y reescritura de noticias contaminadas.
- ¡Primera prueba para los futuros periodistas!

## Sesión 2 – Creamos un periódico

- Formación de equipos: redacción, publicidad, edición y el suplemento "Manual contra la desinformación".

## Sesión 3 y 4 – Trabajando por la verdad

- Crear noticias, anuncios y el suplemento.
- Maquetar el periódico digital con herramientas profesionales.

## Sesión 5 – Nace Daily Fake News

- Publicación y reflexión crítica: ¿Hemos logrado crear un medio libre de bulos?

## PRODUCTO FINAL:

Un periódico riguroso editado y maquetado por vosotros/as que se subirá al Classroom.



Orlitz Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



## SESIÓN 1 - Redacción en la zona cero

Habéis sido seleccionados como los reporteros perfectos gracias a vuestras habilidades para identificar qué noticias nos mienten y cómo para transmitirlo a la sociedad. Encontraréis las noticias que os han sido asignadas en el Classroom.

Es el momento de demostrar vuestra capacidad para analizar y desenmascarar la desinformación que contamina nuestro mundo.

### Tareas:

- Os han sido asignados titulares de noticias. vuestra misión es descubrir cuál es falsa, cómo manipula y reescribirla aplicando el rigor y la ética periodística. Investigaréis los sesgos, las fuentes, las técnicas de manipulación... Para llevar a cabo la actividad debéis apoyaros en el Manual de comunicación. Realizaréis la tarea a través del cuestionario que encontraréis en Classroom.

El futuro de la información depende de vosotros.

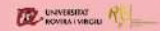
**Misión:** Convertiros en detectives de la información.

**Tareas:** Descubrir la verdad, desenmascarar la manipulación y reescribir la noticia según el código periodístico de la veracidad.

- Fecha límite y entrega:** Miércoles 26/03/2025. Entregar el texto de la noticia en el espacio del cuestionario de la tarea 1 en Classroom.



Orlitz Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



## SESIÓN 2 - Creamos un periódico

Hoy dejamos de ser solo aprendices y nos convertimos en periodistas de élite. Es el momento de levantar los cimientos de nuestro gran periódico digital Daily Fake News y definir quién hará qué en esta batalla contra la mentira.

### ¿Qué haremos?

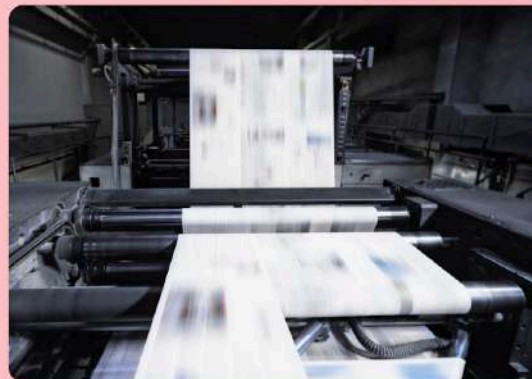
- Cada pareja expondrá brevemente su trabajo de investigación y reescritura de la noticia que habéis trabajado. Debéis explicar (no leer) qué habéis descubierto y cómo lo habéis corregido. Así decidiremos qué secciones tendrá el periódico y qué contenidos nos ayudarán a formar a los lectores contra la manipulación.

Después, asignaremos los roles y equipos de trabajo:

- Equipo Editorial (4)** → Coordina, maquetará y liderará el periódico.
- Equipos de Publicidad (2x4)** → Creará dos anuncios con impacto y ética.
- Equipos del Manual contra la Desinformación (8)** → Diseñarán un suplemento

**Equipo de Redacción (8)** → Editará y dará forma definitiva a las noticias seleccionadas.

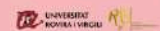
**Recuerda:** Aquí nadie es un simple alumno. Sois periodistas en misión especial. Cada palabra, cada imagen y cada decisión cuenta en esta lucha por la verdad.



**Misión:** Crear un periódico

**Tareas:** Estructurar, analizar y seccionar el periódico planteado. Definir los roles y responsables de los distintos departamentos.

Orlitz Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



3º de la ESO

Lengua castellana  
y literatura

## SESIÓN 3 - Trabajando por la verdad I

Hoy cruzamos la línea y entramos en la redacción. Todo lo que hemos aprendido y preparado hasta ahora se pone en marcha. Es el momento de escribir, diseñar y crear cada rincón de nuestro periódico **Daily Fake News**.

La verdad necesita ser contada y vosotros sois su voz.

### ¿Qué haremos?

- ✓ El equipo de redacción empezará a reescribir y dar forma final a las noticias seleccionadas. Buscad el equilibrio entre información clara, veraz y atractiva.
- ✓ Los equipos de publicidad crearéis los anuncios que formarán parte del periódico. Deben ser visuales, impactantes y, sobre todo, honestos. Recordad: la ética debe estar presente en cada palabra y cada imagen.
- ✓ El equipo del suplemento diseñará los apartados del Manual contra la Desinformación. Tenéis que decidir qué técnicas enseñaréis a los lectores para que aprendan a defenderse de los bulos.
- ✓ El equipo editorial supervisará todo el trabajo. Coordinará los tiempos, revisará la calidad y empezará a plantear la estructura de maquetación.

**RECUERDA:** El periodismo de verdad se construye con rigor, pero también con pasión. Hoy la redacción se convierte en vuestra trinchera contra la manipulación.

**Misión:** Elaborar las piezas de contenido.

**Tareas:** Preparar las noticias, los anuncios, el manual y la estructura del periódico.



Orlitz Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.

3º de la ESO

Lengua castellana  
y literatura

## SESIÓN 4 - Trabajando por la verdad II

Durante esta sesión, la redacción, los publicistas y el equipo del suplemento trabajaréis como un engranaje perfecto. Vuestra misión: maquetar y dar forma final al **Daily Fake News**. Cada noticia, cada anuncio, cada consejo contra la desinformación debe encontrar su lugar exacto. La verdad no puede esperar.

### ¿Qué haremos?

- El equipo editorial lidera y supervisa el diseño final.
  - La redacción pulen textos y titulares para asegurar calidad y veracidad.
  - Publicidad integra sus anuncios sin romper la estética del periódico.
  - El suplemento pedagógico se incorpora como pieza clave del proyecto.
  - Usamos Canva o la herramienta asignada para la maquetación.
- Al finalizar la sesión:
- El **Daily Fake News** estará completo y listo para su entrega y publicación en el Classroom.
  - El equipo editorial revisará por última vez y dará el visto bueno final.

**Misión:** Terminar el producto final.

**Tareas:** Maquetar el periódico con los anuncios y el suplemento, y realizar la revisión general final.

**Fecha límite y entrega:** Martes 8/04/2025. Entregar el periódico en formato PDF con el suplemento integrado.



Orlitz Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.

## SESIÓN 5 - Nace Daily Fake News

3º de la ESO  
Lengua castellana  
y literatura

Después de semanas de trabajo, investigación y esfuerzo, ha llegado el momento de presentar al mundo vuestro Daily Fake News. Hoy cerramos este viaje donde habéis demostrado ser periodistas valientes, defensores de la verdad en un mar de desinformación.

Es la hora de valorar todo lo que hemos aprendido y reflexionar sobre el poder de la información. Porque, en esta batalla contra la manipulación, vosotros sois la última línea de defensa.

✔ **Tareas:**

- **Presentación del periódico:** Cada equipo explicará brevemente su trabajo y el resultado final.
- **Debate final:** ¿Qué hemos aprendido sobre los medios, la manipulación y el periodismo? ¿Cómo podemos protegernos en el futuro?
- **Autoevaluación y Coevaluación:** Reflexionamos sobre nuestro papel como ciudadanos críticos.
- Cuestionarios **post-test** y cierre del proyecto.

📌 Hoy os graduáis como periodistas de la verdad. Recordad: la información es poder, pero solo la verdad nos hará libres.



📌 **Misión:** Presentar vuestro trabajo al mundo y reflexionar sobre el poder de la información. El conocimiento y la verdad siempre serán nuestra mejor defensa.

Oriol Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



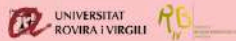
## Daily Fake News: El periódico contra la desinformación

3o ESO A | 2024 - 2025

Institut Ramon Berenguer IV

Oriol Matamoros (2025)

*Alfabetización mediática crítica en secundaria:  
el noticiero escolar como herramienta contra la  
desinformación.*



3º de la ESO  
Lengua castellana  
y literatura

## 10.9. Apéndice I: Guía de proyecto - Grupo 2 (ABP Noticiero Audiovisual)

3º de la ESO  
Lengua castellana  
y literatura

# Fake News: Desmontando la desinformación

3º ESO A | 2024 - 2025  
Institut Ramon Berenguer IV



01 Introducción

02 Objetivos

03 Evaluación

04 Material necesario

05 Planificación de las sesiones

Oriol Matamoras (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



3º de la ESO  
Lengua castellana  
y literatura

# Introducción

Vivimos en un mundo saturado de información. Cada día nos llegan miles de noticias, pero... ¿cuántas de ellas son ciertas? Y lo más grave... ¿qué pasa si creemos lo falso?

La desinformación es el arma más peligrosa de nuestro tiempo: distorsiona la realidad, manipula nuestro pensamiento y condiciona nuestra libertad.

Nos enfrentamos a un reto enorme: desenmascarar las mentiras que nos rodean.

Por eso, vosotros debéis ser el mejor equipo de periodistas para convertirlos en la última línea de defensa de la verdad.

Tenéis una misión: crear vuestro propio noticiero imparcial para informar a la sociedad y desmontar la manipulación.

El futuro está en vuestras manos. **¿Estáis preparados?**



Oriol Matamoras (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



3º de la ESO

Lengua castellana  
y literatura

## Objetivos

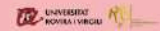
Vuestra misión principal será detectar y desmontar bulos y crear un noticiero audiovisual que demuestre que la verdad sigue importando.

### Objetivos de aprendizaje

- Comprender el funcionamiento de la comunicación y los medios.
- Detectar y analizar la desinformación, los sesgos y las fake news.
- Reescribir y crear noticias veraces siguiendo el código ético periodístico.
- Desarrollar habilidades de locución y expresión oral.
- Aprender técnicas básicas de grabación y edición audiovisual.
- Fomentar el trabajo en equipo y el uso responsable de las TIC.



Orlitz Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



3º de la ESO

Lengua castellana  
y literatura

## Evaluación

- **Reescritura de noticias:** aplicando el rigor periodístico.
- **Participación y expresión oral** en la grabación de reportajes.
- **Trabajo en equipo y responsabilidad** en el proceso de creación.
- **Producto final:** calidad y veracidad del Noticiero audiovisual.
- **Reflexión final, participación** en el debate sobre la desinformación y puntuación final en el **cuestionario de conocimientos**.

✦ Cada tarea dispone de rúbricas claras para valorar la actividad.



Orlitz Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



3º de la ESO

Lengua castellana  
y literatura

# Material

Vivimos en un mundo saturado de información. Cada día nos llegan miles de noticias, pero... ¿cuántas de ellas son ciertas? Y lo más grave... ¿qué pasa si creemos lo falso?

## CONOCIMIENTOS DISPONIBLES EN CLASSROOM:

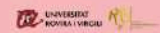
- Manual de conocimiento
- Tutoriales en video
- Instrucciones precisas

## MATERIALES NECESARIOS PARA EL PROYECTO

- Móviles para grabar
- Microfonía adecuada
- Ordenadores
- Telas verdes
- Programa de edición de video



Ortiz Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



3º de la ESO

Lengua castellana  
y literatura

# Sesiones

## SESIÓN 1 – Redacción en la zona cero

- Identificar si las noticias son falsas o verdaderas y justificarlo.
- Reescribir dos noticias eliminando los sesgos y aplicando las 6W del periodismo.

## SESIÓN 2 – Reporteros en acción

- Preparación del set y grabación de las noticias reescritas.
- Uso del croma y edición básica.

## SESIÓN 3 – Preparación del Noticiero

- Organización de roles (presentadores, reporteros, realizadores).
- Elaboración del guion final y planificación de la grabación.

## SESIÓN 4 – ¡Luces, cámaras, acción!

- Grabación en plató y montaje de todo el noticiero.

## SESIÓN 5 – Debate y reflexión final

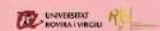
- Visionado del noticiero.
- Debate crítico sobre el proyecto y la desinformación.
- Autoevaluación y coevaluación.

### PRODUCTO FINAL:

- Un Noticiero Audiovisual grabado y editado por vosotros/as que se subirá al Classroom.



Ortiz Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



3º de la ESO

Lengua castellana  
y literatura

## SESIÓN 1 - Redacción en la zona cero

Habéis sido seleccionados como los reporteros perfectos gracias a vuestras habilidades para identificar qué noticias nos mienten y cómo para transmitirlo a la sociedad. Cada grupo recibirá dos versiones de una misma noticia.

Es el momento de demostrar vuestra capacidad para analizar y desenmascarar la desinformación que contamina nuestro mundo.

### Tareas:

- Recibiréis dos versiones de la misma noticia. Vuestra misión es descubrir cuál es falsa, cómo manipula y reescribirla aplicando el rigor y la ética periodística. Investigaréis los sesgos, las técnicas de manipulación y aplicaréis todo lo aprendido en el Manual del periodista. Subiréis vuestra noticia reescrita a la tarea de Classroom.

El futuro de la información depende de vosotros.



©Misión: Convertiros en detectives de la Información.

•Tareas: Descubrir la verdad, desenmascarar la manipulación y reescribir la noticia según el código periodístico de la veracidad.

•Fecha límite y entrega: Miércoles 26/03/2025. Entregar el texto de la noticia en el espacio del cuestionario de la tarea 1 en Classroom.

Ortiz Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



3º de la ESO

Lengua castellana  
y literatura

## SESIÓN 2 - Reporteros en acción

Habéis demostrado ser dignos de ser nuestros **reporteros de élite**. Ahora es el momento de alzar la voz para desenmascarar la desinformación.

Prepara tu guión, busca el mejor escenario y graba tu intervención como si el mundo entero te estuviera escuchando.

**Recuerda:** No leemos, explicamos. Serás la cara de la verdad.

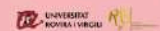


•Misión: Dar voz a la verdad.

•Tareas: Gravar la verdad en directo desde el sitio del suceso.

•Fecha límite y entrega: Miércoles 2/04/2025. Entregar el vídeo de la noticia en la tarea correspondiente en classroom.

Ortiz Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.



## SESIÓN 3 - Preparación del Noticario

Los mejores fragmentos han sido seleccionados. Ahora toca construir el guion final, preparar los anuncios y organizar los equipos.

Nos dividiremos las distintas tareas y ocuparemos nuestro sitio en cada departamento:

- Dirección de informativos (presentadores)
- Equipo de redacción y guión
- Equipo de realización
- Equipo de producción / publicidad

El **objetivo**: unir fuerzas y crear un noticario que impacte y abra los ojos a la sociedad.

**Misión:** Crear el plan maestro contra la desinformación

**Tareas:** Preparar el noticario y todos los elementos necesarios para que salga perfecto.

**Fecha límite y entrega:** Miércoles 2/04/2025. Entregar el vídeo de la noticia en la tarea correspondiente en classroom.



Orlitz Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticario escolar como herramienta contra la desinformación.

UNIVERSITAT  
ROVIRA I VIRGILI

3º de la ESO  
Lengua castellana  
y literatura

## SESIÓN 4 - ¡Luces, cámaras, acción!

Ha llegado el gran día. Nos convertimos en la última barrera contra la manipulación.

Grabaremos en directo, realizaremos la producción y editaremos un noticario profesional para desenmascarar todas las mentiras.

**El mundo os espera. Que la verdad ilumine las sombras.**

**Misión:** Gravar el noticario de la verdad

**Tareas:** Gravar y editar el noticario.

**Fecha límite y entrega:** Miércoles 9/04/2025. Entregar el vídeo del noticario en la tarea correspondiente en classroom.



Orlitz Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticario escolar como herramienta contra la desinformación.

UNIVERSITAT  
ROVIRA I VIRGILI

3º de la ESO  
Lengua castellana  
y literatura

3º de la ESO  
Lengua castellana  
y literatura

## SESIÓN 5 - ¡On air!

Vuestro trabajo ha marcado la diferencia. Ahora toca analizar los resultados, debatir y reflexionar sobre cómo podemos seguir siendo ciudadanos críticos en un mundo lleno de trampas informativas.

**El conocimiento es nuestro mejor escudo.**



● Misión: Reflexionar y valorar nuestra batalla

Oriol Matamoros (2025). Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiero escolar como herramienta contra la desinformación.

UNIVERSITAT  
ROVIRA I VIRGILI

# Fake News: Desmontando la desinformación

3º ESO A | 2024 - 2025

Institut Ramon Berenguer IV

Oriol Matamoros (2025)  
*Alfabetización mediática crítica en secundaria:  
el noticiero escolar como herramienta contra la  
desinformación.*

UNIVERSITAT  
ROVIRA I VIRGILI



3º de la ESO  
Lengua castellana  
y literatura



## Resultados formato JASP

## ACT\_REDACCION\_JASP

ID	GRUPO	1. Precisión y Veracidad del contenido	2. Identificación de la intención	3. Detección de Técnicas de Manipulación	4. Análisis de Sesgos Presentes	5. Verificación y Uso de Fuentes	6. Estructura y Claridad del Texto	7. Corrección Ortográfica y Gramatical	8. Originalidad y Creatividad
7	0	7	6.1	5.1	5.1	7	7	6	6
6	0	5	5.1	4.1	5	4	5	3	5
9	0	7	7	6	6	6	7	5	6
16	0	8	7.1	6.1	7	7	8	7	7
22	0	8	7.1	7.1	6.1	7	8	7	7
23	0	7	6.1	6	5.1	6	7	6	6
12	0	8	8	8	7	7	8	7	7
39	1	7	7	6	6	6	7	6	6
5	0	7	6.1	5.1	5.1	6	7	6	6
10	0	6	6.1	5.1	4.1	5	6	6	5
21	0	8	8	7	7	6	8	6	7
4	0	7	6.1	6	5.1	5	7	6	6
13	0	8	7.1	8	7	8	8	7	7
14	0	8	7.1	7	7	7	7	6	7
72	2	6	6	5.1	6	6	6	5	6
25	0	7	6.1	7	6	6	7	6	6
8	0	6	6	5	5	4	6	5	5
15	0	7	6.1	6.1	6.1	7	7	6	7
20	0	7	7.1	7	7	7	7	6	7
24	0	7	6.1	6.1	6	6	7	6	6
19	0	7	7.1	8	6.1	6	7	6	7
19	0	7	6.1	6	5.1	6	6	5	6
2	0	7	6.1	6	5.1	7	7	6	6
17	0	8	7.1	7	7	7	8	7	7
27	0	6	5.1	5.1	5	5	6	5	5
31	1	8	8	8	7	6	7	6	7
36	1	9	8.1	9	8.1	9	8	7	9
42	1	8	7.1	7	7	7	6	7	8
55	1	9	9	8.1	9	8	6	7	8
41	1	8	9	8	8	10	7	7	8
51	1	7	5.1	4.1	4.1	6	5	5	6
54	1	7	5.1	5.1	6	7	7	6	7
33	1	7	9	8.1	7	6	5	7	8
32	1	8	9	8.1	9	8	8	9	9
35	1	6	5.1	5	5	6	6	7	5
40	1	9	8.1	9	8	7	9	5	7
30	1	8	10	9.1	9	8	8	10	8
38	1	8	8	7	7	7	6	7	8
28	1	6	8	6.1	7	6	5	7	7
43	1	9	10	10	10	8	9	9	9
45	1	9	8.1	9	8	8	8	7	7
47	1	9	9	9	8	7	8	8	8
53	1	9	10	9.1	10	10	8	9	8
44	1	7	06.01	6	6	6	5	6	6
37	1	9	10	10	10	10	8	10	9
29	1	9	9	8	7.1	8	8	8	8
46	1	6	4.1	4.1	5	5	6	6	6
59	2	9	8.1	9	8.1	9	8	9	9
67	2	6	6	5	5.1	5	5	5	5
60	2	9	6	6	5.1	7	7	7	7
68	2	10	10	10	8.1	8	9	8	8
62	2	5	5	4.1	4.1	5	5	5	5
69	2	9	9	9	9	9	8	7	8
72	2	6	6	5	5	5	5	5	5
65	2	10	10	9.1	9.1	10	10	10	10
66	2	9	9	9	7.1	8	8	8	9
61	2	10	10	10	10	10	10	10	10
73	2	8	8	7	7	7	6	7	8
74	2	10	8.1	8.1	9	10	8	8	9
64	2	10	4	4	4	4	9	10	8

Resultados formato JASP

PERCEPCION\_JASP

ID	GRUP	SEXO	TOTIP_AUFD	¿Cómo valoras tu nivel actual de comprensión sobre la manipulación mediática y la desinformación?	¿Cuánto ha sido tu implicación personal en actividades relacionadas con el tema?	¿Cómo te has sentido con la metodología de trabajo de tu grupo (legisladores, actividades, recursos...)?	¿Te ha parecido útil lo que has aprendido para la vida real?	¿Cómo valoras la actividad de reducción de noticias y análisis crítico?	¿Crees que te ha ayudado a tener una mirada más crítica sobre los medios y la información?
1	0	1	-	-	-	-	-	-	-
2	0	1	7.6617	0	5	5	0	0	10
3	0	1	7.5813	0	5	10	0	0	0
4	0	0	8	0	5	5	0	0	10
5	0	1	7.6617	0	5	5	0	0	5
6	0	1	8	0	5	10	0	0	5
7	0	0	6.6617	0	5	10	0	0	5
8	0	1	-	-	-	-	-	-	-
9	0	0	9.6617	0	10	10	10	10	10
10	0	1	9	0	10	10	0	10	10
11	0	1	-	-	-	-	-	-	-
12	0	0	0.6617	0	5	10	10	10	0
13	0	1	5.6617	0	5	5	0	0	0
14	0	0	0.6617	10	10	10	10	10	5
15	0	1	7.6617	0	5	5	0	0	0
16	0	1	7	0	5	10	10	10	5
17	0	1	7.3313	0	0	0	0	0	5
18	0	1	0.3313	0	0	0	0	0	0
19	0	1	7.6617	0	10	10	0	0	0
20	0	1	8.6617	0	5	5	10	10	10
21	0	1	9	0	10	0	10	0	10
22	0	0	9	0	5	10	10	10	10
23	0	1	9.3313	10	5	0	10	10	10
24	0	1	8.3313	0	10	0	10	0	0
25	0	0	0.3313	0	0	5	10	10	10
26	0	1	8	0	5	5	10	10	0
27	0	1	0	0	0	0	0	0	0
28	1	1	0	0	0	0	0	0	0
29	1	0	0.3313	0	10	5	0	0	0
30	1	0	-	-	-	-	-	-	-
31	1	0	7.6617	0	0	0	0	0	0
32	1	0	7.3313	0	10	0	0	0	0
33	1	0	0.6617	0	0	0	0	0	0
34	1	1	8	0	0	0	0	0	0
35	1	1	0.3313	0	0	0	10	0	0
36	1	0	9	0	10	0	10	0	10
37	1	1	0	10	10	0	0	10	10
38	1	0	0.3313	0	10	10	10	0	10
39	1	0	9.3313	0	0	10	10	10	10
40	1	0	-	-	-	-	-	-	-
41	1	0	0.3313	0	0	0	0	0	0
42	1	0	0	0	0	0	0	0	0
43	1	0	0	0	0	0	0	0	0
44	1	0	7.6617	0	0	0	10	0	0
45	1	0	7.6617	0	10	0	10	0	0
46	1	1	9	0	10	0	10	0	0
47	1	1	7.3313	0	10	0	0	0	0
48	1	0	9.3313	0	0	0	10	10	10
49	1	0	0.3313	0	0	10	10	0	0
50	1	0	8.3313	0	0	0	10	10	10
51	1	0	5	0	0	10	10	0	10
52	1	0	-	-	-	-	-	-	-
53	1	1	8	0	0	0	0	0	10
54	1	0	-	-	-	-	-	-	-
55	1	0	9.3313	10	10	0	0	10	0
56	2	1	7	0	0	0	0	0	0
57	2	0	0.3313	0	0	10	10	10	10
58	2	0	0	10	0	10	0	0	10
59	2	0	9.6617	0	10	10	10	10	10
60	2	1	7.6617	0	0	0	0	10	0
61	2	1	7.6617	10	0	10	0	0	0
62	2	1	0	0	0	0	0	0	0
63	2	1	8	0	0	0	10	0	0
64	2	1	7	0	0	0	0	0	0
65	2	0	9	10	0	0	10	10	0
66	2	1	8	0	10	0	10	0	0
67	2	0	0.6617	0	0	0	0	0	0
68	2	1	7.3313	0	0	0	0	0	10
69	2	1	0	0	0	0	0	0	0
70	2	0	7.3313	0	0	0	0	0	0
71	2	1	-	-	-	-	-	-	-
72	2	1	0.3313	0	0	0	0	0	10
73	2	0	0.6617	0	0	0	0	0	0
74	2	1	10	10	10	10	10	10	10

## 10.11. Apéndice K: Resultados Completos de Análisis Estadístico (JASP Output)



# Alfabetización mediática crítica en secundaria: el noticiario escolar como herramienta contra la desinformación.

Resultados completos de la investigación



Oriol Matamoros (2024-2025).

## Resultados evaluación de mejoras pretest-postest (t-Student por grupos individuales)

### Tabla de contenido

<i>Resultados evaluación de mejoras dentro del grupo 0 (t-Student)</i>	<b>1</b>
<i>Resultados evaluación de mejoras dentro del grupo 0 (t-Student)</i>	<b>2</b>
Descriptivas - Estadísticas generales .....	2
Paired Samples T-Test .....	2
Assumption Checks .....	2
Paired Samples T-Test - Wilcoxon .....	3
<i>Resultados evaluación de mejoras dentro del grupo 1 (t-Student)</i>	<b>4</b>
Descriptivas - Estadísticas generales .....	4
Paired Samples T-Test .....	4
Assumption Checks .....	4
Paired Samples T-Test - Wilcoxon .....	5
<i>Resultados evaluación de mejoras dentro del grupo 2 (t-Student)</i>	<b>6</b>
Descriptivas - Estadísticas generales .....	6
Paired Samples T-Test .....	6
Assumption Checks .....	6
Paired Samples T-Test - Wilcoxon .....	7

## Resultados evaluación de mejoras dentro del grupo 0 (t-Student)

### Descriptivas - Estadísticas generales

#### Descriptive Statistics

	Valid	Missing	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
PRE_TEORIA	21	6	7.143	1.931	5.000	10.000
POST_TEORIA	21	6	8.381	1.746	3.000	10.000
PRE_PRACTICA	21	6	5.619	1.564	3.000	8.000
POST_PRACTICA	21	6	7.381	2.418	1.000	10.000
PRE_Dimensión Exposición digital	24	3	5.696	1.836	0.000	6.670
POST_Dimensión Exposición digital	24	3	7.779	2.538	0.000	10.000
PRE_Dimensión Comunicación crítica	24	3	4.220	1.532	0.730	6.910
POST_Dimensión Comunicación crítica	24	3	4.340	1.658	0.000	7.270
PRE_Dimensión Información crítica	24	3	3.792	1.375	0.000	5.500
POST_Dimensión Información crítica	24	3	4.375	1.279	0.000	6.000
PRE_Dimensión Políticas TIC y ética	24	3	7.777	2.234	0.000	10.000
POST_Dimensión Políticas TIC y ética	24	3	7.846	2.431	0.000	10.000

### Paired Samples T-Test

#### Paired Samples T-Test

Measure 1	Measure 2	t	df	p
PRE_TEORIA	POST_TEORIA	2.161	20	0.043
PRE_PRACTICA	POST_PRACTICA	2.663	20	0.015
PRE_Dimensión Exposición digital	POST_Dimensión Exposición digital	5.837	20	< .001
PRE_Dimensión Comunicación crítica	POST_Dimensión Comunicación crítica	0.134	20	0.895
PRE_Dimensión Información crítica	POST_Dimensión Información crítica	0.270	20	0.019
PRE_Dimensión Políticas TIC y ética	POST_Dimensión Políticas TIC y ética	0.270	20	0.790

Note. Student's t-test.

#### Assumption Checks

*Test of Normality (Shapiro-Wilk)*

		W	p
PRE_TEORIA	- POST_TEORIA	0.950	0.337
PRE_PRACTICA	- POST_PRACTICA	0.946	0.289
PRE_Dimensión Exposición digital	- POST_Dimensión Exposición digital	0.729	<.001
PRE_Dimensión Comunicación crítica	- POST_Dimensión Comunicación crítica	0.973	0.789
PRE_Dimensión Información crítica	- POST_Dimensión Información crítica	0.930	0.141
PRE_Dimensión Políticas TIC y ética	- POST_Dimensión Políticas TIC y ética	0.849	0.004

Note. Significant results suggest a deviation from normality.

**Paired Samples T-Test - Wilcoxon***Paired Samples T-Test*

Measure 1	Measure 2	Test	Statistic	z	df	p
PRE_Dimensión Exposición digital	POST_Dimensión Exposición digital	Student	-3.713		2/3	0.001
		Wilcoxon	15.000	2.741		0.005
PRE_Dimensión Políticas TIC y ética	POST_Dimensión Políticas TIC y ética	Student	-0.106		2/3	0.917
		Wilcoxon	37.000	0.157		0.904

## Resultados evaluación de mejoras dentro del grupo 1 (t-Student)

### Descriptivas - Estadísticas generales

#### Descriptive Statistics

	Valid	Missing	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
PRE_TEORIA	25	3	8.040	1.767	4.000	10.000
POST_TEORIA	25	3	8.600	1.826	4.000	10.000
PRE_PRACTICA	25	3	6.000	1.500	3.000	8.000
POST_PRACTICA	25	3	7.240	2.067	2.000	10.000
PRE_Dimensión Exposición digital	25	3	6.536	0.668	3.330	6.670
POST_Dimensión Exposición digital	25	3	7.735	1.855	3.330	10.000
PRE_Dimensión Comunicación crítica	25	3	4.742	1.175	2.180	7.090
POST_Dimensión Comunicación crítica	25	3	4.589	1.405	2.000	7.090
PRE_Dimensión Información crítica	25	3	3.740	0.959	2.000	5.500
POST_Dimensión Información crítica	25	3	4.280	0.902	2.000	5.500
PRE_Dimensión Políticas TIC y ética	25	3	8.599	2.023	3.330	10.000
POST_Dimensión Políticas TIC y ética	25	3	8.933	1.793	3.330	10.000
Actividad redaccion	24	4	6.944	2.403	0.000	9.350
Autoevaluación	24	4	8.181	0.953	5.333	9.333

### Paired Samples T-Test

#### Paired Samples T-Test

Measure 1	Measure 2	t	df	p
PRE_TEORIA	POST_TEORIA	1.231	24	0.230
PRE_PRACTICA	POST_PRACTICA	2.580	24	0.016
PRE_Dimensión Exposición digital	POST_Dimensión Exposición digital	3.163	24	0.004
PRE_Dimensión Comunicación crítica	POST_Dimensión Comunicación crítica	0.717	24	0.480
PRE_Dimensión Información crítica	POST_Dimensión Información crítica	2.304	24	0.030
PRE_Dimensión Políticas TIC y ética	POST_Dimensión Políticas TIC y ética	1.155	24	0.259

Note. Student's t-test.

#### Assumption Checks

*Test of Normality (Shapiro-Wilk)*

		W	p
PRE_TEORIA	- POST_TEORIA	0.971	0.663
PRE_PRACTICA	- POST_PRACTICA	0.945	0.196
PRE_Dimensión Exposición digital	- POST_Dimensión Exposición digital	0.729	<.001
PRE_Dimensión Comunicación crítica	- POST_Dimensión Comunicación crítica	0.951	0.266
PRE_Dimensión Información crítica	- POST_Dimensión Información crítica	0.929	0.080
PRE_Dimensión Políticas TIC y ética	- POST_Dimensión Políticas TIC y ética	0.867	0.004

Note. Significant results suggest a deviation from normality.

**Paired Samples T-Test - Wilcoxon***Paired Samples T-Test*

Measure 1	Measure 2	Test	Statistic	z	df	p
PRE_Dimensión Exposición digital	POST_Dimensión Exposición digital	Student	-3.163		24	0.004
		Wilcoxon	10.500	2.000		0.037
PRE_Dimensión Políticas TIC y ética	POST_Dimensión Políticas TIC y ética	Student	-1.155		24	0.259
		Wilcoxon	27.000	1.293		0.185

## Resultados evaluación de mejoras dentro del grupo 2 (t-Student)

### Descriptivas - Estadísticas generales

#### Descriptive Statistics

	Valid	Missing	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
PRE_TEORIA	17	2	6,529	2,095	2,000	10,000
POST_TEORIA	17	2	9,235	1,091	6,000	10,000
PRE_PRACTICA	17	2	5,471	2,183	1,000	8,000
POST_PRACTICA	17	2	7,353	1,766	4,000	10,000
PRE_Dimensión Exposición digital	18	1	6,484	0,787	3,330	6,670
POST_Dimensión Exposición digital	18	1	7,964	2,025	3,330	10,000
PRE_Dimensión Comunicación crítica	18	1	4,818	1,569	2,180	8,000
POST_Dimensión Comunicación crítica	18	1	4,989	1,532	2,550	8,000
PRE_Dimensión Información crítica	18	1	4,167	1,085	2,000	6,000
POST_Dimensión Información crítica	18	1	3,917	1,101	2,000	6,000
PRE_Dimensión Políticas TIC y ética	18	1	7,408	2,440	1,670	10,000
POST_Dimensión Políticas TIC y ética	18	1	8,333	1,714	5,000	10,000
Actividad redaccion	17	2	5,538	3,955	0,000	10,000
TOTAL_AUTO	18	1	7,981	0,980	6,667	10,000

### Paired Samples T-Test

#### Paired Samples T-Test

Measure 1	Measure 2	t	df	p
PRE_TEORIA	POST_TEORIA	-4,519	16	<.001
PRE_PRACTICA	POST_PRACTICA	-2,861	16	0,011
PRE_Dimensión Exposición digital	POST_Dimensión Exposición digital	-2,743	16	0,014
PRE_Dimensión Comunicación crítica	POST_Dimensión Comunicación crítica	-0,201	16	0,843
PRE_Dimensión Información crítica	POST_Dimensión Información crítica	-1,294	16	0,214
PRE_Dimensión Políticas TIC y ética	POST_Dimensión Políticas TIC y ética	-1,159	16	0,263

Note. Student's t-test.

### Assumption Checks

*Test of Normality (Shapiro-Wilk)*

	W	p
PRE_TEORIA - POST_TEORIA	0.946	0.393
PRE_PRACTICA - POST_PRACTICA	0.941	0.334
PRE_Dimensión Exposición digital - POST_Dimensión Exposición digital	0.753	<.001
PRE_Dimensión Comunicación crítica - POST_Dimensión Comunicación crítica	0.896	0.057
PRE_Dimensión Información crítica - POST_Dimensión Información crítica	0.869	0.021
PRE_Dimensión Políticas TIC y ética - POST_Dimensión Políticas TIC y ética	0.862	0.016

Note. Significant results suggest a deviation from normality.

**Paired Samples T-Test - Wilcoxon**

*Paired Samples T-Test*

Measure 1	Measure 2	Test	Statistic	z	df	p
PRE_Dimensión Exposición digital	POST_Dimensión Exposición digital	Student	-3.060		17	0.007
		Wilcoxon	9.500	1.835		0.059
PRE_Dimensión Información crítica	POST_Dimensión Información crítica	Student	0.810		17	0.429
		Wilcoxon	56.000	0.734		0.480
PRE_Dimensión Políticas TIC y ética	POST_Dimensión Políticas TIC y ética	Student	-1.525		17	0.146
		Wilcoxon	33.000	1.224		0.223

## Resultados comparación entre grupos (ANOVA)

### Tabla de contenido

<b>Resultados comparación entre grupos (ANOVA)</b> .....	<b>1</b>
Descriptivas - Estadísticas generales .....	<b>2</b>
ANOVA PRE_TEORÍA.....	<b>3</b>
Assumption Checks .....	4
Post Hoc Tests .....	4
ANOVA PRE_PRÁCTICA.....	<b>4</b>
Assumption Checks .....	4
ANOVA PRE_Dimensión Exposición digital .....	<b>4</b>
Assumption Checks .....	5
ANOVA PRE_Dimensión Comunicación crítica.....	<b>5</b>
Assumption Checks .....	5
ANOVA PRE_Dimensión Información crítica .....	<b>5</b>
Assumption Checks .....	5
ANOVA PRE_Dimensión Políticas TIC y ética .....	<b>5</b>
Assumption Checks .....	6
ANOVA POST_TEORÍA .....	<b>6</b>
Assumption Checks .....	6
ANOVA POST_PRÁCTICA .....	<b>6</b>
Assumption Checks .....	6
ANOVA POST_Dimensión Exposición digital .....	<b>7</b>
Assumption Checks .....	7
ANOVA POST_Dimensión Comunicación crítica .....	<b>7</b>
Assumption Checks .....	7
ANOVA POST_Dimensión Información crítica .....	<b>7</b>
Assumption Checks .....	7
ANOVA POST_Dimensión Políticas TIC y ética .....	<b>8</b>
Assumption Checks .....	8

## Descriptivas - Estadísticas generales

### Descriptive Statistics

	Valid	Missing	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum	
PRE_Teoría	0	21	6	7.143	1.931	5.000	10.000
PRE_Teoría	1	25	3	8.040	1.767	4.000	10.000
PRE_Teoría	2	17	2	6.529	2.095	2.000	10.000
POST_Teoría	0	21	6	8.381	1.746	3.000	10.000
POST_Teoría	1	25	3	8.600	1.826	4.000	10.000
POST_Teoría	2	17	2	9.230	1.091	6.000	10.000
PRE_Práctica	0	21	6	5.5	1.564	3.000	8.000
PRE_Práctica	1	25	3	5.619	1.500	3.000	8.000
PRE_Práctica	2	17	2	6.000	2.183	1.000	8.000
POST_Práctica	0	21	6	5.470	2.418	1.000	10.000
POST_Práctica	1	25	3	7.381	2.067	2.000	10.000
POST_Práctica	2	17	2	7.241	1.766	4.000	10.000
PRE_Dimensión Exposición digital	0	24	3	7.350	1.836	0.000	6.670
PRE_Dimensión Exposición digital	1	25	3	5.693	0.668	3.330	6.670
PRE_Dimensión Exposición digital	2	18	1	6.536	0.787	3.330	6.670
POST_Dimensión Exposición digital	0	24	3	6.484	2.538	0.000	10.000
POST_Dimensión Exposición digital	1	25	3	7.779	1.855	3.330	10.000
POST_Dimensión Exposición digital	2	18	1	7.735	2.025	3.330	10.000
PRE_Dimensión Comunicación crítica	0	24	3	4.224	1.532	0.730	6.910
PRE_Dimensión Comunicación crítica	1	25	3	4.742	1.175	2.180	7.090
PRE_Dimensión Comunicación crítica	2	18	1	4.818	1.569	2.180	8.000
POST_Dimensión Comunicación crítica	0	24	3	4.340	1.658	0.000	7.270

## Descriptive Statistics

	Valid	Missing	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum	
POST_Dimensió n Comunicació crítica	1	25	3	4.589	1.405	2.000	7.090
POST_Dimensió n Comunicació crítica	2	18	1	4.989	1.532	2.550	8.000
PRE_Dimensió n Informació crítica	0	24	3	3.792	1.375	0.000	5.500
PRE_Dimensió n Informació crítica	1	25	3	3.740	0.959	2.000	5.500
PRE_Dimensió n Informació crítica	2	18	1	4.167	1.085	2.000	6.000
POST_Dimensió n Informació crítica	0	24	3	4.375	1.279	0.000	6.000
POST_Dimensió n Informació crítica	1	25	3	4.280	0.902	2.000	5.500
POST_Dimensió n Informació crítica	2	18	1	3.917	1.101	2.000	6.000
POST_Dimensió n Polítiques TIC y ètica	0	24	3	7.846	2.431	0.000	10.000
POST_Dimensió n Polítiques TIC y ètica	1	25	3	8.933	1.793	3.330	10.000
POST_Dimensió n Polítiques TIC y ètica	2	18	1	8.333	1.714	5.000	10.000
PRE_Dimensió n Polítiques TIC y ètica	0	24	3	7.777	2.234	0.000	10.000
PRE_Dimensió n Polítiques TIC y ètica	1	25	3	8.599	2.023	3.330	10.000
PRE_Dimensió n Polítiques TIC y ètica	2	18	1	7.408	2.440	1.670	10.000

## ANOVA PRE\_TEORÍA

## ANOVA - PRE\_Teoría

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
GRUP	24.233	2	12.117	3.308	0.043
Residuals	219.767	60	3.663		

Note. Type III Sum of Squares

### Assumption Checks

Test for Equality of Variances (Levene's)

F	df1	df2	p
0.389	2.000	60.000	0.679

### Post Hoc Tests

Standard (HSD)

Post Hoc Comparisons - GRUP

		Mean Difference	SE	df	t	ptukey
0	1	-0.897	0.567	60	-1.584	0.261
	2	0.613	0.624	60	0.982	0.591
1	2	1.511	0.602	60	2.511	0.039

Note. P-value adjusted for comparing a family of 3 estimates.

## ANOVA PRE\_PRÁCTICA

ANOVA - PRE\_Práctica

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
GRUP	3.225	2	1.613	0.540	0.586
Residuals	179.188	60	2.986		

Note. Type III Sum of Squares

### Assumption Checks

Test for Equality of Variances (Levene's)

F	df1	df2	p
2.528	2.000	60.000	0.088

## ANOVA PRE\_Dimensión Exposición digital

ANOVA - PRE\_Dimensión Exposición digital

Homogeneity Correction	Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
None	GRUP	10.345	2.000	5.172	3.352	0.041
	Residuals	98.756	64.000	1.543		
Welch	GRUP	10.345	2.000	5.172	2.209	0.124
	Residuals	98.756	37.542	2.631		

Note. Type III Sum of Squares

**Assumption Checks***Test for Equality of Variances (Levene's)*

F	df1	df2	p
15.371	2.000	64.000	< .001

**ANOVA PRE\_Dimensión Comunicación crítica***ANOVA - PRE\_Dimensión Comunicación crítica*

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
GRUP	4.798	2	2.399	1.191	0.311
Residuals	128.896	64	2.014		

Note. Type III Sum of Squares

**Assumption Checks***Test for Equality of Variances (Levene's)*

F	df1	df2	p
1.274	2.000	64.000	0.287

**ANOVA PRE\_Dimensión Información crítica***ANOVA - PRE\_Dimensión Información crítica*

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
GRUP	2.153	2	1.077	0.806	0.451
Residuals	85.518	64	1.336		

Note. Type III Sum of Squares

**Assumption Checks***Test for Equality of Variances (Levene's)*

F	df1	df2	p
0.838	2.000	64.000	0.437

**ANOVA PRE\_Dimensión Políticas TIC y ética***ANOVA - PRE\_Dimensión Políticas TIC y ética*

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
GRUP	16.454	2	8.227	1.676	0.195
Residuals	314.173	64	4.909		

## ANOVA - PRE\_Dimensión Políticas TIC y ética

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p

Note. Type III Sum of Squares

## Assumption Checks

## Test for Equality of Variances (Levene's)

F	df1	df2	p
0.438	2.000	64.000	0.647

## ANOVA POST\_TEORÍA

## ANOVA - POST\_Teoría

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
GRUP	7.259	2	3.629	1.361	0.264
Residuals	160.011	60	2.667		

Note. Type III Sum of Squares

## Assumption Checks

## Test for Equality of Variances (Levene's)

F	df1	df2	p
2.104	2.000	60.000	0.131

## ANOVA POST\_PRÁCTICA

## ANOVA - POST\_Práctica

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
GRUP	0.256	2	0.128	0.029	0.972
Residuals	269.395	60	4.490		

Note. Type III Sum of Squares

## Assumption Checks

## Test for Equality of Variances (Levene's)

F	df1	df2	p
0.274	2.000	60.000	0.761

## ANOVA POST\_Dimensión Exposición digital

ANOVA - POST\_Dimensión Exposición digital

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
GRUP	0.592	2	0.296	0.063	0.939
Residuals	300.392	64	4.694		

Note. Type III Sum of Squares

## Assumption Checks

Test for Equality of Variances (Levene's)

F	df1	df2	p
0.854	2.000	64.000	0.431

## ANOVA POST\_Dimensión Comunicación crítica

ANOVA - POST\_Dimensión Comunicación crítica

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
GRUP	4.344	2	2.172	0.924	0.402
Residuals	150.501	64	2.352		

Note. Type III Sum of Squares

## Assumption Checks

Test for Equality of Variances (Levene's)

F	df1	df2	p
0.298	2.000	64.000	0.744

## ANOVA POST\_Dimensión Información crítica

ANOVA - POST\_Dimensión Información crítica

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
GRUP	2.322	2	1.161	0.955	0.390
Residuals	77.790	64	1.215		

Note. Type III Sum of Squares

## Assumption Checks

*Test for Equality of Variances (Levene's)*

F	df1	df2	p
0.347	2.000	64.000	0.708

**ANOVA POST\_Dimensión Políticas TIC y ética***ANOVA - POST\_Dimensión Políticas TIC y ética*

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
GRUP	14.517	2	7.258	1.766	0.179
Residuals	263.056	64	4.110		

Note. Type III Sum of Squares

**Assumption Checks***Test for Equality of Variances (Levene's)*

F	df1	df2	p
0.983	2.000	64.000	0.380

## Resultados análisis de la actividad de redacción (ANOVA)

### Tabla de contenido

<i>Resultados análisis de la actividad de redacción (ANOVA)</i> .....	<b>1</b>
Descriptive Statistics .....	<b>2</b>
ANOVA .....	<b>3</b>
Descriptives .....	3
Assumption Checks .....	3
ANOVA .....	<b>3</b>
Descriptives .....	3
Assumption Checks .....	4
ANOVA .....	<b>4</b>
Descriptives .....	4
Assumption Checks .....	4
ANOVA .....	<b>4</b>
Descriptives .....	5
Assumption Checks .....	5
ANOVA .....	<b>5</b>
Descriptives .....	5
Assumption Checks .....	5
ANOVA .....	<b>6</b>
Descriptives .....	6
Assumption Checks .....	6
ANOVA .....	<b>6</b>
Assumption Checks .....	7
ANOVA .....	<b>7</b>
Descriptives .....	7
Assumption Checks .....	7

## Descriptive Statistics

*Descriptive Statistics*

	Valid	Missing	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum	
1. Precisión y Veracidad del Contenido	0	23	0	7.087	0.793	5.000	8.000
1. Precisión y Veracidad del Contenido	1	23	0	7.913	1.085	6.000	9.000
1. Precisión y Veracidad del Contenido	2	14	0	8.357	1.823	5.000	10.000
2. Identificación de la Intención	0	23	0	7.261	0.689	6.000	8.000
2. Identificación de la Intención	1	23	0	8.261	1.453	5.000	10.000
2. Identificación de la Intención	2	14	0	7.643	2.061	4.000	10.000
3. Detección de Técnicas de Manipulación	0	23	0	6.609	0.891	5.000	8.000
3. Detección de Técnicas de Manipulación	1	23	0	7.870	1.714	5.000	10.000
3. Detección de Técnicas de Manipulación	2	14	0	7.429	2.209	4.000	10.000
4. Análisis de Sesgos Presentes	0	23	0	6.261	0.752	5.000	7.000
4. Análisis de Sesgos Presentes	1	23	0	7.565	1.590	5.000	10.000
4. Análisis de Sesgos Presentes	2	14	0	7.357	2.023	4.000	10.000
5. Verificación y Uso de Fuentes	0	23	0	6.174	1.029	4.000	8.000
5. Verificación y Uso de Fuentes	1	23	0	7.348	1.434	5.000	10.000
5. Verificación y Uso de Fuentes	2	14	0	7.357	2.098	4.000	10.000
6. Estructura y Claridad del Texto	0	23	0	7.000	0.798	5.000	8.000
6. Estructura y Claridad del Texto	1	23	0	6.957	1.296	5.000	9.000
6. Estructura y Claridad del Texto	2	14	0	7.429	1.785	5.000	10.000
7. Corrección Ortográfica y Gramatical	0	23	0	5.913	0.900	3.000	7.000
7. Corrección Ortográfica y Gramatical	1	23	0	7.217	1.413	5.000	10.000
7. Corrección Ortográfica y Gramatical	2	14	0	7.429	1.910	5.000	10.000
8. Originalidad y Creatividad	0	23	0	6.261	0.752	5.000	7.000
8. Originalidad y Creatividad	1	23	0	7.478	1.123	5.000	9.000
8. Originalidad y Creatividad	2	14	0	7.643	1.781	5.000	10.000

## ANOVA

## ANOVA - 1. Precisión y Veracidad del Contenido

Homogeneity Correction	Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
None	GRUPO	15.734	2.000	7.867	5.411	0.007
	Residuals	82.866	57.000	1.454		
Welch	GRUPO	15.734	2.000	7.867	6.100	0.006
	Residuals	82.866	28.255	2.933		

Note. Type III Sum of Squares

## Descriptives

## Descriptives - 1. Precisión y Veracidad del Contenido

GRUP	N	Mean	SD	SE	Coefficient of variation
0 0	23	7.087	0.793	0.165	0.112
1	23	7.913	1.083	0.226	0.137
2	14	8.357	1.823	0.487	0.218

## Assumption Checks

## Test for Equality of Variances (Levene's)

F	df1	df2	p
10.021	2.000	57.000	< .001

## ANOVA

## ANOVA - 2. Identificación de la Intención

Homogeneity Correction	Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
None	GRUPO	11.649	2.000	5.825	2.962	0.060
	Residuals	112.084	57.000	1.966		
Welch	GRUPO	11.649	2.000	5.825	4.398	0.023
	Residuals	112.084	26.041	4.304		

Note. Type III Sum of Squares

## Descriptives

## Descriptives - 2. Identificación de la Intención

GRUPO	N	Mean	SD	SE	Coefficient of variation
0	23	7.261	0.689	0.144	0.095

*Descriptives - 2. Identificación de la Intención*

GRUP	N	Mean	SD	SE	Coefficient of variation
0 1	23	8.261	1.453	0.303	0.176
2	14	7.643	2.061	0.551	0.270

**Assumption Checks***Test for Equality of Variances (Levene's)*

F	df1	df2	p
16.008	2.000	57.000	< .001

**ANOVA***ANOVA - 3. Detección de Técnicas de Manipulación*

Homogeneity Correction	Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
None	GRUPO	18.668	2.000	9.334	3.656	0.032
	Residuals	145.516	57.000	2.553		
Welch	GRUPO	18.668	2.000	9.334	5.177	0.013
	Residuals	145.516	26.997	5.390		

Note. Type III Sum of Squares

**Descriptives***Descriptives - 3. Detección de Técnicas de Manipulación*

GRUP	N	Mean	SD	SE	Coefficient of variation
0 0	23	6.609	0.891	0.186	0.135
1	23	7.870	1.714	0.357	0.218
2	14	7.429	2.209	0.590	0.297

**Assumption Checks***Test for Equality of Variances (Levene's)*

F	df1	df2	p
14.978	2.000	57.000	< .001

**ANOVA***ANOVA - 4. Análisis de Sesgos Presentes*

Homogeneity Correction	Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
None	GRUPO	21.682	2.000	10.841	5.094	0.009

## ANOVA - 4. Análisis de Sesgos Presentes

Homogeneity Correction	Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
	Residuals	121.301	57.000	2.128		
Welch	GRUPO	21.682	2.000	10.841	7.315	0.003
	Residuals	121.301	26.373	4.599		

Note. Type III Sum of Squares

## Descriptives

## Descriptives - 4. Análisis de Sesgos Presentes

GRUP	N	Mean	SD	SE	Coefficient of variation
0 0	23	6.261	0.752	0.157	0.120
1	23	7.565	1.590	0.332	0.210
2	14	7.357	2.023	0.541	0.275

## Assumption Checks

## Test for Equality of Variances (Levene's)

F	df1	df2	p
12.978	2.000	57.000	< .001

## ANOVA

## ANOVA - 5. Verificación y Uso de Fuentes

Homogeneity Correction	Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
None	GRUPO	19.664	2.000	9.832	4.457	0.016
	Residuals	125.736	57.000	2.206		
Welch	GRUPO	19.664	2.000	9.832	5.844	0.007
	Residuals	125.736	28.735	4.376		

Note. Type III Sum of Squares

## Descriptives

## Descriptives - 5. Verificación y Uso de Fuentes

GRUP	N	Mean	SD	SE	Coefficient of variation
0 0	23	6.174	1.029	0.215	0.167
1	23	7.348	1.434	0.299	0.195
2	14	7.357	2.098	0.561	0.285

## Assumption Checks

*Test for Equality of Variances (Levene's)*

F	df1	df2	p
6.935	2.000	57.000	0.002

**ANOVA***ANOVA - 6. Estructura y Claridad del Texto*

Homogeneity Correction	Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
None	GRUPO	2.198	2.000	1.099	0.678	0.512
	Residuals	92.385	57.000	1.621		
Welch	GRUPO	2.198	2.000	1.099	0.392	0.680
	Residuals	92.385	27.947	3.306		

Note. Type III Sum of Squares

**Descriptives***Descriptives - 6. Estructura y Claridad del Texto*

GRUP	N	Mean	SD	SE	Coefficient of variation
0 0	23	7.000	0.798	0.166	0.114
1	23	6.957	1.296	0.270	0.186
2	14	7.429	1.785	0.477	0.240

**Assumption Checks***Test for Equality of Variances (Levene's)*

F	df1	df2	p
9.742	2.000	57.000	< .001

**ANOVA***ANOVA - 7. Corrección Ortográfica y Gramatical*

Homogeneity Correction	Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
None	GRUPO	27.566	2.000	13.783	7.196	0.002
	Residuals	109.168	57.000	1.915		
Welch	GRUPO	27.566	2.000	13.783	9.029	< .001
	Residuals	109.168	28.283	3.860		

Note. Type III Sum of Squares

### Assumption Checks

Test for Equality of Variances (Levene's)

F	df1	df2	p
6.390	2.000	57.000	0.003

### ANOVA

ANOVA - 8. Originalidad y Creatividad

Homogeneity Correction	Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
None	GRUPO	23.462	2.000	11.731	8.216	< .001
	Residuals	81.388	57.000	1.428		
Welch	GRUPO	23.462	2.000	11.731	11.143	< .001
	Residuals	81.388	27.943	2.913		

Note. Type III Sum of Squares

### Descriptives

Descriptives - 8. Originalidad y Creatividad

GRUP	N	Mean	SD	SE	Coefficient of variation
0 0	23	6.261	0.752	0.157	0.120
1	23	7.478	1.123	0.234	0.150
2	14	7.643	1.781	0.476	0.233

### Assumption Checks

Test for Equality of Variances (Levene's)

F	df1	df2	p
7.568	2.000	57.000	0.001

## Resultados análisis de la percepción de la experiencia de aprendizaje (ANOVA)

### Tabla de contenido

<i>Resultados análisis de la percepción de la experiencia de aprendizaje (ANOVA)</i> .....	<b>1</b>
Descriptivas - Estadísticas generales .....	<b>2</b>
ANOVA ACTIVITAT .....	<b>3</b>
Assumption Checks .....	4
ANOVA AUTOTEST .....	<b>4</b>
Assumption Checks .....	4
ANOVA AUTOTEST_ITEM_1 .....	<b>4</b>
Assumption Checks .....	4
ANOVA AUTOTEST_ITEM_2 .....	<b>5</b>
Assumption Checks .....	5
ANOVA AUTOTEST_ITEM_3 .....	<b>5</b>
Assumption Checks .....	5
ANOVA AUTOTEST_ITEM_4 .....	<b>5</b>
Assumption Checks .....	6
ANOVA AUTOTEST_ITEM_5 .....	<b>6</b>
Assumption Checks .....	6
ANOVA AUTOTEST_ITEM_6 .....	<b>6</b>
Assumption Checks .....	6

## Descriptivas - Estadísticas generales

### Descriptive Statistics

		Valid	Missing	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
TOTAL_AUTO	0	24	3	7.903	1.177	5.333	9.667
TOTAL_AUTO	1	24	4	8.181	0.953	5.333	9.333
TOTAL_AUTO	2	18	1	7.981	0.980	6.667	10.000
¿Cómo valoras tu nivel actual de comprensión sobre la manipulación mediática y la desinformación?	0	24	3	7.250	1.422	4.000	10.000
¿Cómo valoras tu nivel actual de comprensión sobre la manipulación mediática y la desinformación?	1	24	4	7.500	1.351	4.000	10.000
¿Cómo valoras tu nivel actual de comprensión sobre la manipulación mediática y la desinformación?	2	18	1	8.222	1.166	6.000	10.000
¿Cuál ha sido tu implicación personal en las actividades relacionadas con el tema?	0	24	3	7.833	1.857	2.000	10.000
¿Cuál ha sido tu implicación personal en las actividades relacionadas con el tema?	1	24	4	8.500	1.351	6.000	10.000
¿Cuál ha sido tu implicación personal en las actividades relacionadas con el tema?	2	18	1	7.667	1.414	6.000	10.000
¿Cómo te has sentido con la metodología de trabajo de tu grupo (explicaciones, actividades, recursos..)?	0	24	3	8.000	2.126	2.000	10.000
¿Cómo te has sentido con la metodología de trabajo de tu grupo (explicaciones, actividades, recursos..)?	1	24	4	8.167	1.551	4.000	10.000
¿Cómo te has sentido con la metodología de trabajo de tu grupo	2	18	1	7.667	1.970	4.000	10.000

*Descriptive Statistics*

	Valid	Missing	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum	
(explicaciones, actividades, recursos...)?							
¿Te ha parecido útil lo que has aprendido para la vida real?	0	24	3	8.083	1.998	4.000	10.000
¿Te ha parecido útil lo que has aprendido para la vida real?	1	24	4	8.500	1.794	4.000	10.000
¿Te ha parecido útil lo que has aprendido para la vida real?	2	18	1	8.111	1.605	6.000	10.000
¿Cómo valoras la actividad de redacción de noticias y análisis crítico?	0	24	3	8.083	1.909	4.000	10.000
¿Cómo valoras la actividad de redacción de noticias y análisis crítico?	1	24	4	8.000	1.319	6.000	10.000
¿Cómo valoras la actividad de redacción de noticias y análisis crítico?	2	18	1	7.556	1.886	4.000	10.000
¿Crees que te ha ayudado a tener una mirada más crítica sobre los medios y la información?	0	24	3	8.167	2.036	2.000	10.000
¿Crees que te ha ayudado a tener una mirada más crítica sobre los medios y la información?	1	24	4	8.417	1.442	6.000	10.000
¿Crees que te ha ayudado a tener una mirada más crítica sobre los medios y la información?	2	18	1	8.667	0.970	8.000	10.000

**ANOVA ACTIVITAT**

*ANOVA - Actividad redaccion*

Homogeneity Correction	Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
None	GRUP	21.210	2.000	10.605	1.586	0.213
	Residuals	394.569	59.000	6.688		
Welch	GRUP	21.210	2.000	10.605	0.835	0.444

## ANOVA - Actividad redaccion

Homogeneity Correction	Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
	Residuals	394.569	27.987	14.098		

Note. Type III Sum of Squares

## Assumption Checks

## Test for Equality of Variances (Levene's)

F	df1	df2	p
15.281	2.000	59.000	< .001

## ANOVA AUTOTEST

## ANOVA - TOTAL\_AUTO

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
GRUP	0.973	2	0.487	0.444	0.644
Residuals	69.095	63	1.097		

Note. Type III Sum of Squares

## Assumption Checks

## Test for Equality of Variances (Levene's)

F	df1	df2	p
0.668	2.000	63.000	0.516

## ANOVA AUTOTEST\_ITEM\_1

## ANOVA - ¿Cómo valoras tu nivel actual de comprensión sobre la manipulación mediática y la desinformación?

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
GRUP	10.146	2	5.073	2.864	0.065
Residuals	111.611	63	1.772		

Note. Type III Sum of Squares

## Assumption Checks

## Test for Equality of Variances (Levene's)

F	df1	df2	p
1.444	2.000	63.000	0.244

## ANOVA AUTOTEST\_ITEM\_2

ANOVA - ¿Cuál ha sido tu implicación personal en las actividades relacionadas con el tema?

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
GRUP	8.606	2	4.303	1.745	0.183
Residuals	155.333	63	2.466		

Note. Type III Sum of Squares

## Assumption Checks

Test for Equality of Variances (Levene's)

F	df1	df2	p
0.127	2.000	63.000	0.881

## ANOVA AUTOTEST\_ITEM\_3

ANOVA - ¿Cómo te has sentido con la metodología de trabajo de tu grupo (explicaciones, actividades, recursos...)?

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
GRUP	2.606	2	1.303	0.364	0.696
Residuals	225.333	63	3.577		

Note. Type III Sum of Squares

## Assumption Checks

Test for Equality of Variances (Levene's)

F	df1	df2	p
1.657	2.000	63.000	0.199

## ANOVA AUTOTEST\_ITEM\_4

ANOVA - ¿Te ha parecido útil lo que has aprendido para la vida real?

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
GRUP	2.510	2	1.255	0.377	0.687
Residuals	209.611	63	3.327		

Note. Type III Sum of Squares

### Assumption Checks

Test for Equality of Variances (Levene's)

F	df1	df2	p
1.532	2.000	63.000	0.224

### ANOVA AUTOTEST\_ITEM\_5

ANOVA - ¿Cómo valoras la actividad de redacción de noticias y análisis crítico?

Homogeneity Correction	Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
None	GRUP	3.177	2.000	1.588	0.543	0.584
	Residuals	184.278	63.000	2.925		
Welch	GRUP	3.177	2.000	1.588	0.458	0.636
	Residuals	184.278	37.695	4.889		

Note. Type III Sum of Squares

### Assumption Checks

Test for Equality of Variances (Levene's)

F	df1	df2	p
4.718	2.000	63.000	0.012

### ANOVA AUTOTEST\_ITEM\_6

ANOVA - ¿Crees que te ha ayudado a tener una mirada más crítica sobre los medios y la información?

Cases	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
GRUP	2.591	2	1.295	0.513	0.601
Residuals	159.167	63	2.526		

Note. Type III Sum of Squares

### Assumption Checks

Test for Equality of Variances (Levene's)

F	df1	df2	p
1.168	2.000	63.000	0.318