



**DEG**  
División  
Educación  
General



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

## Recurso de Aprendizaje n°2

# EVALUANDO EL USO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

## PENSAMIENTO CRÍTICO Y EDUCACIÓN CIUDADANA

### CUARTO AÑO MEDIO

**AUTORES:**  
FACULTAD DE FILOSOFÍA  
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE

UNIDAD DE FORMACIÓN INTEGRAL Y CONVIVENCIA ESCOLAR  
FORMACIÓN CIUDADANA  
DIVISIÓN DE EDUCACIÓN GENERAL  
MINISTERIO DE EDUCACIÓN  
DICIEMBRE 2021

“En el presente documento se utilizan, con un fin inclusivo, los términos genéricos para referirse a hombres y mujeres o sujetos neutros. Esta opción obedece a que no existe acuerdo universal respecto a cómo aludir conjuntamente a ambos sexos en el idioma español, salvo usando “o/a”, “los/las” y otras similares. Si bien se incorpora esta opción, se tiene el cuidado de utilizarlo a discreción con el fin de evitar una saturación gráfica que pueda dificultar la comprensión del texto.”

**AUTORES:**  
**FACULTAD DE FILOSOFÍA**  
**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE**

**Director del Proyecto: Francisco de Lara**  
**Autora: Alba Sepúlveda**  
**Revisión Mineduc: Óscar Molina, Rebeca Portales y Josefina Muñoz**  
**Diseño y diagramación: Javiera Depassier**  
**Corrección de estilo: Tomás Herrera**  
**Asesoría de contenidos: Pensar en red**

# Índice

---

<b>Presentación</b>	<b>3</b>
<b>I. Pregunta orientadora</b>	<b>4</b>
<b>II. Analizar y comprender</b>	<b>6</b>
<b>III. Reconocer en el contexto</b>	<b>20</b>
<b>IV. Reflexionar</b>	<b>23</b>
<b>V. Co-proponer</b>	<b>24</b>
<b>VI. Co-crear</b>	<b>25</b>
<b>VII. Evaluar</b>	<b>26</b>
<b>Anexos para el docente</b>	<b>28</b>
<b>Material para profundizar</b>	<b>46</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>49</b>

# **Recurso de aprendizaje N°2**

## **Evaluando el uso de los medios de comunicación en la participación ciudadana**

### **PRESENTACIÓN**

Les invitamos a evaluar la responsabilidad que tenemos nosotros y nuestro entorno de actuar con altos estándares éticos, responsabilidad al momento de evaluar las oportunidades y riesgos de los medios de comunicación masiva. Los ciudadanos somos receptores de contenidos y creadores de ellos a través de las TICs, por lo mismo, es fundamental el desarrollo del pensamiento crítico y una ética responsable en el uso de los medios de información.

## I. PREGUNTA ORIENTADORA

**¿Suponen los medios de comunicación un riesgo o una oportunidad para participar en la sociedad y resguardar la vida privada?**

### **Objetivo de Aprendizaje (OA6):**

**Evaluar oportunidades y riesgos de los medios de comunicación masiva y del uso de las nuevas tecnologías de la información en el marco de una sociedad democrática, reflexionando personal y grupalmente sobre sus implicancias en la participación ciudadana y en el resguardo de la vida privada.**

#### **Pensamiento crítico**

- c) Elaborar interpretaciones y argumentos, basados en fuentes variadas y pertinentes, haciendo uso ético de la información.
- d) Analizar interpretaciones y perspectivas de diversas fuentes, considerando su propósito, intencionalidad, enfoque y el contexto del autor, así como las preguntas que intenta responder.
- f) Elaborar juicios éticos de manera rigurosa y basados en conocimiento disciplinar sobre hitos, fenómenos, procesos, ideas, acciones de personas, entre otros.

#### **Comunicación**

- g) Comunicar explicaciones, conclusiones u opiniones fundamentadas haciendo uso de lenguaje, las normas y convenciones de la disciplina.

Para iniciar el proceso de aprendizaje, te invitamos a revisar los siguientes conceptos y pensar qué preguntas te surgen a partir de ellos:

### Actividad en parejas

- 1 ¿Cuándo hablamos de los medios de comunicación en qué piensan?
- 2 ¿Qué cuestionamientos o inquietudes te surgen sobre este tema?
- 3 ¿Qué ventajas y desventajas consideran que tienen los medios de comunicación sobre nuestra vida cotidiana?

Ventajas	Desventajas

## II. ANALIZAR Y COMPRENDER

**Revisa el siguiente reportaje y los resultados respecto de la prevalencia a la exposición, creencias e intercambio de desinformación:**

### **Fuente 1.**

**Reportaje. Quiénes y cómo difunden las noticias falsas. Un estudio que intenta descifrarlo<sup>1</sup>**

“Un grupo minoritario, muy activo en redes sociales y con alto interés político, sería el responsable de distribuir los contenidos falsos en nuestro país, según una investigación recién publicada. Pese a que la exposición a las noticias falsas es alta, solo una de cada cuatro personas las compartiría.

Que las vacunas causan autismo o efectos colaterales. Que los incendios forestales de 2017 fueron provocados por mapuches o que una banda de colombianos secuestra niños en parques y colegios de Santiago fueron algunas noticias falsas que circularon en Chile durante los años 2017 y 2018.

¿Cuántas personas llegaron? ¿Cuántos las creyeron y, más aún, quiénes las compartieron?

Un grupo de académicos, dirigidos por Sebastián Valenzuela —profesor de la Universidad Católica e investigador del Instituto Milenio Fundamento de los Datos—, se propuso saber cuál es el nivel de exposición, creencia y circulación de contenidos falsos en Chile.

Y hace un par de semanas, publicaron los resultados de su investigación, ‘La paradoja de la participación versus la desinformación: medios sociales, participación política y esparcimiento de la desinformación’, que midió a través de encuestas cómo se compartieron 10 noticias falsas sobre salud, política y desastres naturales.

Una de las primeras conclusiones del estudio es que el nivel de exposición a las noticias falsas es ‘sustancial’. Más del 75% de los encuestados había escuchado o visto por lo menos 4 de las 10 afirmaciones falsas, especialmente las relacionadas con los incendios forestales de 2017 y los mitos científicos relacionados con las vacunas.

Sin embargo, solo una de cada cuatro personas las creyó. Un promedio de 24% consideró que estas afirmaciones eran ‘muy’ o ‘extremadamente creíbles’. Y quienes las compartieron tampoco superan el 25%.

“Lo que estamos cuantificando es que, independientemente de que la gente haya escuchado un rumor, no por eso lo va a creer. Lo que encontramos es que algunos tipos de contenido tienen más credibilidad y otros muy poco, independientemente de cuánto los ha visto la gente”, dice Valenzuela desde Estados Unidos, donde está terminando su periodo como profesor visitante en la Universidad de Wisconsin-Madison (EE.UU).”

---

<sup>1</sup> Derpich, C. (30 de junio de 2019). ¿Quiénes y cómo difunden las noticias falsas? Un estudio que intenta descifrarlo. El Mercurio. <https://portal.nexnews.cl/showN?valor=RjlxMDg2OTFEMjEwODkwMTYxMzgxNjczNDE2NTQ2MTY5MzA5MTAwOTcwMDEwOTEwMTEwMTQxMDY5MDEzZmZyOTA5NiY1NTU1NTU0NDU1NTU0>

**Tabla 1. Prevalencia a la exposición, creencia e intercambio desinformación.**

Afirmación	Problema de dominio	% Afirmación familiar	% que cree que la afirmación es precisa	Porcentaje que ha compartido la afirmación
1. Grupos de indígenas mapuche provocaron los grandes incendios del verano.	<b>D</b>	<b>92</b>	<b>13</b>	<b>14</b>
2. Compañías Forestales iniciaron los grandes incendios para cobrar seguros y compensar una pérdida en los ingresos de exportación debido a la elección de Donald Trump.	<b>D</b>	<b>81</b>	<b>31</b>	<b>20</b>
3. Algunas vacunas tienen efectos secundarios que pueden ser peores que las mismas enfermedades que están tratando de prevenir.	<b>S</b>	<b>75</b>	<b>26</b>	<b>12</b>
4. Los alimentos genéticamente modificados son perjudiciales para la salud	<b>S</b>	<b>74</b>	<b>49</b>	<b>25</b>
5. La leche animal no es nutritiva e incluso puede llegar a ser perjudicial para nuestra salud.	<b>S</b>	<b>70</b>	<b>26</b>	<b>17</b>
6. Algunas vacunas pueden causar autismo en niños.	<b>S</b>	<b>68</b>	<b>18</b>	<b>10</b>
7. Miembros de la guerrilla colombiana FARC junto con indígenas mapuche, quemaron el bosque en el sur para desestabilizar el país.	<b>D</b>	<b>60</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
8. Agentes israelíes han comprado grandes extensiones de tierra en la Patagonia chilena.	<b>G</b>	<b>42</b>	<b>26</b>	<b>10</b>
9. Una pandilla colombiana está secuestrando a niños en escuelas y parques en Santiago.	<b>G</b>	<b>32</b>	<b>24</b>	<b>6</b>

Nota: D=Desastres S=Ciencia G=Asuntos de Gobierno ---- El porcentaje que cree que la historia es precisa, es la suma de los participantes que la encuentran "muy creíble y extremadamente creíble".

<sup>2</sup> Valenzuela, S; Halpern, D; Katzy, J; & Miranda, J (2019). La paradoja de la participación frente a la desinformación: redes sociales, compromiso político y difusión de desinformación. Digital Journalism, 7(1), pp. 802-823. Recuperado de: <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1623701>

**Luego de la lectura, te invitamos a responder estas preguntas en grupos:**

1 ¿Cuál es la paradoja que presentan los investigadores en este estudio?

2 Elaboren un gráfico estadístico con los datos de la tabla 1 y revisen:

**GRÁFICO**



3 ¿Qué afirmaciones falsas tienen mayor porcentaje de credibilidad?

4 ¿Qué afirmaciones falsas tienen menor porcentaje de credibilidad?

5 ¿Cuál es la diferencia entre el porcentaje de las afirmaciones que cree que son precisas y las que se comparten?

6 ¿En qué aspectos de la noticia se basarían para creer una noticia que leen o escuchan en algún medio de comunicación?

---

<sup>2</sup> Biblioteca del Congreso Nacional. (s.f.). Periodo 1990- Reconstrucción democrática. [https://www.bcn.cl/historiapolitica/hitos\\_periodo/detalle\\_periodo.html?filtros=1,2,3,4,5,6&per=1990-2022&pagina=3&K=1](https://www.bcn.cl/historiapolitica/hitos_periodo/detalle_periodo.html?filtros=1,2,3,4,5,6&per=1990-2022&pagina=3&K=1)

A continuación, revisa el siguiente artículo y analiza los fenómenos de la posverdad y las fake news o noticias falsas, así como sus implicaciones en la participación y comunicación.

## **Fuente 2. Artículo: Periodismo, ética y posverdad<sup>3</sup>**

“Un fantasma recorre el mundo del periodismo: el fantasma de la posverdad. Es un antiguo fantasma, que ha renacido con este neologismo (McIntyre, 2018, p. 43; Urmeneta, 2016). El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española define posverdad como la “distorsión deliberada de una realidad que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales” (Posverdad, n.d.). Su origen es la traducción del término en inglés post-truth. Sin embargo, puede apreciarse un matiz distinto en la definición inglesa del término. Para el English Oxford Living Dictionary (n.d.b), la posverdad está relacionada o denota circunstancias en las que los hechos objetivos influyen menos en la formación de la opinión pública que aquellos que apelan a la emoción o la creencia personal. Por su parte, el Cambridge Dictionary (Post-truth, n.d.) considera que la posverdad está relacionada con una situación en la que las personas son más propensas a aceptar un argumento basado en sus emociones y creencias, en lugar de uno basado en hechos.

Las definiciones de los dos diccionarios británicos son muy semejantes. Básicamente, diferencian hechos de emociones y creencias. A continuación, se apunta a que los relatos que conectan con las emociones y las creencias de los destinatarios tienen mayor influencia en estos y en la opinión pública.

Se trata de dos definiciones significativamente distintas de la española, que habla de una distorsión deliberada de la realidad. Es decir, en la definición española se pone de manifiesto una intencionalidad comunicativa del enunciador del relato que no encontramos en las definiciones inglesas, y además incluye el concepto de manipulación. En lo que concuerdan las tres definiciones es en la influencia de las emociones y las creencias en las personas y en la opinión pública, pero la definición española se focaliza en la intencionalidad del enunciador, mientras que las inglesas nos remiten a los destinatarios. Para el DRAE, la posverdad no deja de ser una mentira. La posverdad no es un error, porque es una distorsión deliberada. Es decir, la posverdad está relacionada con las llamadas fake news: se alimenta de las noticias falsas y de la distorsión de la realidad”.

---

<sup>3</sup> Rodrigo-Alsina, M. & Cerqueira, L. (2019). Periodismo, ética y posverdad. Cuadernos.info, (44), 225-239. Recuperado de: <https://doi.org/10.7764/cdi.44.1418>

- 7 De forma individual, te invitamos a completar el siguiente cuadro comparativo de diferencias y semejanzas sobre el concepto de posverdad en la perspectiva española y británica:

Definición española	Definición británica
<b>Diferencias</b>	
<b>Semejanzas</b>	

- 8 ¿Cuál es la relación entre las *fake news* (noticias falsas) y posverdad?

- 9 Según el artículo, ¿cómo saber si una noticia es falsa?

**Ahora, los invitamos a reflexionar a partir de su realidad.**

- 10 ¿Qué implicaciones éticas tienen estos fenómenos en nuestra vida cotidiana?

11

¿En qué situaciones de su vida cotidiana o de la realidad del país se hacen visibles estos fenómenos?

12

¿De qué forma las noticias falsas pueden influir en nuestra participación ciudadana para el bienestar colectivo?

**En un plenario, compartan las discusiones sostenidas en cada uno de los grupos.**

## La ética periodística

¿Existe una institución en Chile que resguarde la ética periodística en los medios de comunicación? En nuestro país, existe un órgano independiente de autorregulación que vela por el respeto de los principios de la ética periodística en los medios de comunicación chilenos: el Consejo de ética. Revisa el último dictamen general sobre el periodismo en tiempos de pandemia.

### Fuente 3.

#### **Dictamen 245° (2020), sobre el periodismo en tiempos de pandemia. Consejo de ética de los medios de comunicación social<sup>4</sup>**

“El Consejo de Ética de los Medios de Comunicación ha recibido denuncias relacionadas con posibles infracciones a la ética periodística en la cobertura de los medios sobre la pandemia y sus efectos.

Dada la diversidad de las denuncias, su cantidad y la complejidad del trabajo periodístico en las circunstancias actuales, este Consejo ha optado, como en ocasiones anteriores, por responder a estos reclamos a través de un dictamen general. En este se abordan las particularidades del desafío planteado por la cobertura de esta pandemia, de la consecuente crisis económica, y sus efectos culturales, sociales y políticos que se observan en países que están en etapas más avanzadas del proceso.

En el actual contexto de incertidumbre, el trabajo periodístico adquiere una relevancia singular, tanto por la mayor demanda de noticias veraces y oportunas por parte de la ciudadanía, como por el efecto que causan en la sociedad la información y la opinión difundidas a través de los medios. Esto impone una urgencia de maximizar los estándares éticos del periodismo.

<sup>4</sup> Consejo de Ética. Medios de comunicación social. (2 de junio de 2020). Dictamen N° 245 (2020). Dictamen sobre periodismo en tiempos de pandemia. <http://www.consejodeetica.cl/sitio/wp-content/uploads/2017/01/Dictamen-245-sobre-periodismo-en-tiempos-de-pandemia.pdf>

Le consta a este Consejo que los medios de comunicación enfrentan la tarea de ofrecer un periodismo de estándares altos, pese al complejo escenario que atraviesan, debido a la limitación de la agenda informativa, la profunda reformulación de sus soportes convencionales y la disminución drástica de los ingresos por avisaje. Sin embargo, se advierte en las denuncias recibidas, que el público critica especialmente:

- » la difusión de contenidos que no distingue entre hechos, opiniones y entretenimiento, aplicando en ocasiones una lógica propia del espectáculo;
- » el desperfilamiento profesional de periodistas, locutores y animadores que se extiende a secciones y programas;
- » la insuficiente verificación de la información;
- » la reticencia para admitir errores;
- » la falta de una necesaria sensibilidad para captar diferencias y matices en una sociedad crecientemente diversa y plural;
- » la tendencia de los periodistas a erigirse en jueces o protagonistas de la noticia.

Dictamen pronunciado por los consejeros María José Lecaros Menéndez (Presidenta), Bernardo Donoso Riveros, Francisca Alessandri Cohn, Jaime Bellolio Rodríguez, Joaquín Villarino Goldsmith, Lamberto Cisternas Rocha, María Elena Gronemeyer Forni, Mercedes Ducci Budge y Ricardo Hepp Kuschel. Actuó como secretaria la Fiscal María Jesús Vial Díaz”.

### **En grupo, les invitamos a responder las siguientes preguntas:**

1 ¿Por qué es relevante el trabajo periodístico en este contexto de pandemia?

2 ¿Cuáles fueron las principales denuncias que se presentaron al Consejo sobre la cobertura de los medios en torno a la pandemia y sus efectos?

- 3 Relacionen las denuncias con las consecuencias para la vida privada de las personas y propongan recomendaciones para la mejora.

Denuncia	Consecuencias para la vida privada	Recomendaciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>» Difusión de contenidos no distingue entre hechos, opiniones y entretención. Lógica del espectáculo.</li> <li>» El desperfilamiento profesional de periodistas, locutores y animadores.</li> <li>» Insuficiente verificación de la información.</li> <li>» Falta de sensibilidad para captar diferencias en una sociedad diversa.</li> <li>» Tendencia de los periodistas a erigirse en jueces.</li> </ul>		

**Te invitamos a ver el siguiente video y responder las preguntas**



**Video 1: 5 formas de identificar noticias falsas <sup>5</sup>**  
 Link: [https://youtu.be/q5JuVchNF\\_Y](https://youtu.be/q5JuVchNF_Y)

- 4 ¿Qué recomendaciones se plantean para reconocer las noticias falsas?

**En el siguiente video se muestra uno de los programas más utilizados en la alteración de imágenes.**

<sup>5</sup> Common Sense Latino. (7 de marzo de 2017). 5 formas de identificar noticias falsas. Youtube. [https://youtu.be/q5JuVchNF\\_Y](https://youtu.be/q5JuVchNF_Y)

## Video 2

### Photoshop: 30 años de polémicas y disparates con el programa que revolucionó el diseño gráfico<sup>6</sup>

Cada vez los montajes son más realistas. Este tipo de programas permite añadir filtros, cambiar el fondo de una fotografía o incluso poner, quitar o clonar a personas en una misma imagen. Desde Photoshop, afirman reconocer las implicaciones éticas de su tecnología. De hecho, Adobe ha realizado diferentes investigaciones para intentar detectar imágenes manipuladas con Photoshop. En la era de las fake news, el objetivo de la compañía es potenciar el área de análisis forense de imágenes mediante técnicas de inteligencia artificial

#### En parejas:

- 5 Observen el video y comenten lo que ven. (En esta etapa no se piden interpretaciones, solo descripciones de lo que ven. Además, se recomienda contar con el tiempo suficiente para observar cuidadosamente).
- 6 ¿En qué les hace pensar lo que ven? ¿Qué interpretaciones pueden hacer teniendo en cuenta lo observado? Tomen nota de sus interpretaciones.
- 7 ¿Qué herramientas existen para verificar si una imagen es real?

**Compartan en un plenario las preguntas que surgen.**

---

<sup>6</sup>Rubio, I., López Bueno, O. (5 de marzo de 2020). Photoshop: 30 años de polémicas y disparates con el programa que revolucionó el diseño gráfico. El País. <https://elpais.com/tecnologia/2020-03-05/photoshop-30-anos-de-genialidades-y-disparates-con-el-programa-que-revoluciono-el-diseno-grafico.html>

## Periodismo ciudadano

En complemento a la actividad anterior, revisen el siguiente texto y analicen:

### Fuente 4.

#### Oportunidades y amenazas del periodismo ciudadano en la sociedad globalizada<sup>7</sup>

El periodismo ciudadano puede definirse como la necesidad ciudadana de participar en la construcción de la realidad social, mediante la incorporación de las opiniones de los ciudadanos a las informaciones construidas profesionalmente o a través de la creación de espacios distintos y alternativos a las fórmulas tradicionales. Proponemos distinguir entre el periodismo ciudadano, como dinámica de participación propuesta por los medios de comunicación, y el periodismo ciudadano cuya participación corre por cuenta de los ciudadanos, independientemente de las empresas informativas, de sus canales o de sus soportes.

#### Formas de participación

Con respecto a la primera, ***aquella en la que son los medios los que ofrecen un espacio al ciudadano***, podemos distinguir a su vez:

Las formas tradicionales, cartas al director, artículos de opinión, programas específicos de ciudadanos que exponen públicamente sus cuestiones, etc; y las formas típicamente contemporáneas, comentarios inmediatos a una noticia en la web del medio, blogs personales a los que se accede desde la página del medio.

Pero no sólo existe la participación propuesta por los medios, sino también ***la participación alternativa de los ciudadanos por medio de soportes mediáticos y sin el aval de ningún medio de reconocido prestigio***. Este tipo de periodismo ciudadano puede dividirse también en dos subtipos:

La forma tradicional, como fanzines, panfletos, publicaciones ciudadanas. Todas ellas son formas de informar a los ciudadanos y también de denunciar abusos, corrupciones; y la forma contemporánea que tiene que ver con la proliferación de las informaciones recogidas en otras herramientas sociales online como son foros, podcast, wikis o web TV.

#### Retos que plantea al periodismo

Internet y las redes sociales son en sí mismas todo un reto que pensar, que legislar, que determinar y que, casi seguro, limitar. Quizá haya que profundizar algo más, de manera que la ampliación de los espacios públicos no se lleve a cabo de forma tan indiscriminada como lo que supone la red. Enfocándose en el ámbito periodístico, que no sea tanto un síntoma de libertad, cuanto una permanente amenaza a la misma.

Los estados constitucionales garantizan la libertad de expresión, siempre que las informaciones se atengan a dos condiciones legales como son la veracidad y el interés público. Se puede reconocer que ambas condiciones están sometidas a un control

---

<sup>7</sup>Chillón, J (2010). Oportunidades y amenazas del periodismo ciudadano en la sociedad globalizada. Universidad de Valladolid Eikasía. Revista de Filosofía, año V, 31. Recuperado de: <http://www.revistadefilosofia.org/31-16.pdf>

democrático, al menos desde el momento en el que los afectados pueden reclamar el amparo constitucional que valorará el nivel de cumplimiento de tales premisas. Con Internet esta tarea de control, hoy por hoy, es casi imposible.

Por otra parte, existen comentarios lesivos de derechos fundamentales de quienes ocultan la comisión del delito mediante el anonimato. La obligación de tener que dar el DNI para poder publicar una Carta al Director y hacerse responsable de su contenido ha desaparecido en los nuevos soportes, e Internet ha hecho que todos, siendo sujetos de una libertad de expresión prácticamente ilimitada, seamos también posibles candidatos a ser objetivo de informaciones lesivas de nuestros derechos fundamentales. Lesivas porque nadie puede comprobar la veracidad y el interés público de las mismas.

### Según el artículo:

- 1 ¿En qué consiste el periodismo ciudadano?
- 2 Completa el siguiente cuadro con las formas de participación ciudadana en el periodismo.

	Participación con aval de los medios de comunicación	Participación sin aval de ningún medio de comunicación
Tradicionales		
Contemporáneos		

- 3 ¿Qué oportunidades y riesgos plantea este escenario de “periodismo ciudadano o noticias abiertas” para nuestra participación en la sociedad?
- 4 ¿Qué retos plantea este escenario de periodismo ciudadano o “noticias abiertas” para nuestra participación en la sociedad?

Revisa el siguiente video y luego responde:



**VIDEO: Entrevista a Fernando Vallespín sobre opinión pública y medios de comunicación<sup>8</sup>**

LINK: <https://www.youtube.com/watch?v=FhDovaCfkhY>

**Individual:**

5 ¿Qué es importante considerar en la creación de la opinión pública?

6 En la posverdad importan:

	Sí	No	¿Por qué?
Las emociones			
Las creencias			
Los hechos			
Las mentiras			

7 ¿Existe una relación causal entre redes sociales y posverdad?

8 ¿Qué desafíos tienen los medios de comunicación tradicionales en este escenario de posverdad?

<sup>8</sup> Casa de América. (8 marzo de 2017). Opinión pública y medios de comunicación. Entrevista a Fernando Vallespín. Youtube. <https://youtu.be/FhDovaCfkhY>

## Ahora en grupos:

9

Piensen en otros desafíos que sería necesario desarrollar para evitar que la posverdad construya realidades falsas. Compartan sus respuestas.

## Un acercamiento a la opinión pública y su relación con los medios de comunicación

En el apartado anterior hemos trabajado en torno al concepto de posverdad y *Fake news*. Te invitamos ahora a leer sobre la conformación de la opinión pública y los medios de comunicación.

### Fuente 5.

#### **Opinión pública y medios de comunicación. José María Rubio, Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda<sup>9</sup>**

“Los estudios sobre la comunicación de masas constatan que los medios tienen efectos significativos en la sociedad, aunque apenas hay un consenso sobre la naturaleza y alcance de tales efectos. El problema del grado de influencia de los medios en los individuos y en la sociedad ha tenido diferentes respuestas. Como observa Wolf, “toda la historia de la investigación comunicativa se ha visto determinada de varias maneras por la oscilación entre la actitud que detecta en los medios una fuente de peligrosa influencia social, y la actitud que mitiga este poder, reconstruyendo la complejidad de las relaciones en las que los media actúan” (Wolf 2001: 9).

No obstante, hay que reconocer que se trata de una cuestión que pertenece al sector más amplio de las teorías más generales sobre los medios de comunicación y que, como afirma McQuail, “el poder de los medios puede variar con el tiempo” (McQuail 2000: 501). No hay que descartar que la mayor o menor posibilidad de influencias de los medios depende también de los momentos más o menos críticos de la sociedad. Parece que en los tiempos de crisis los medios tienden a ser más influyentes, por ejemplo, en la caída del comunismo en Europa, la guerra del Golfo y de Irak y actualmente la crisis financiera a nivel mundial. También se ha demostrado que los medios tienen más influencia cuando se trata de noticias que no se conocen ni se pueden conocer directamente, sino únicamente por la información que dan los medios. El poder o los efectos potenciales de los medios pueden variar en función de las circunstancias históricas y sociales, lo que no significa que el problema pierda interés. Todo lo contrario, es difícil, por no decir imposible, infravalorar la importancia y el papel dominante que ha tenido y sigue teniendo el problema de los efectos, a pesar de que haya tenido en los diferentes períodos significativos cambios de matices y de planteamientos y de respuestas, más o menos conductistas o funcionales”.

---

<sup>9</sup> Rubio, J. (2009). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la “agenda setting”. *Gazeta de antropología*, 25(1). Recuperado de: [https://www.ugr.es/~pwlac/G25\\_01JoseMaria\\_Rubio\\_Ferreres.html](https://www.ugr.es/~pwlac/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferreres.html)

## De forma individual:

- 1 Según la fuente anterior, ¿cómo se crea “la opinión pública”?
- 2 ¿En qué situaciones los medios de comunicación poseen más influencia? ¿Estás de acuerdo con lo que señala el autor?
- 3 ¿En qué situaciones experimentadas en Chile en el último tiempo los medios de comunicación han tenido mayor influencia en la opinión pública? ¿Por qué crees que ocurre aquello?

### III. RECONOCER EN EL CONTEXTO

Observa las siguientes imágenes sobre noticias falsas que han circulado en el país.

**NACIONAL**  
**Audio de WhatsApp generó largas filas en bencineras por temor a desabastecimiento en el sur**

¡Hola! por si acaso a los que ya se vacunaron, anda circulando un mensaje falso por whatsapp con un link para pedir certificado de vacunación. Le roban a la gente la clave única, el correo, etc., para que no se metan al los língs", es parte de la falsa información que ha sido difundida en redes sociales. Desde el Gobierno salieron a aclarar dudas.

El contacto telefónico que se veía hace mucho y que trabajaba en LIDER más de los viles. **¡MILLONES DE BAJESADOS EN EL AÑO 2016 + 320.000 Y EL 2017 + 700.000!** El dato es dentro Santiago. Falso Antofagasta... Estación Nueva el 1980?

Si bien ClaveChile no pertenece a Servel, el registro de actividad de este sistema sólo indica el acceso a otros votos. No sustituye la realización de trámite alguno.

**NOTICIA FALSA |** Respecto al supuesto resultado en Nueva Zelanda, queremos informar que la publicación es completamente falsa. Infórmate en nuestras plataformas oficiales #Faltrecho2020 #VotaInformado #VotoExterior

Es oficial primeros computos  
**Nueva Zelanda Rechazo 34 Votos Aprobó. 38**

Trampa vietnamita instalada en la casa de miembros de la CAM cubierta de ramas. @Carabdechile heridos gravemente al asistir a procedimiento. @GobiernodeChile actuemos, no más querreilas, actuemos como toda una nación espera que lo hagamos. #YoApoyoACarabineros

## En grupos:

1 ¿He creído en alguna/s de estas noticias falsas?

Sí	No	Cuál

2 En caso afirmativo, ¿qué les hizo creer en la/s noticia/s?

3 Elaboren un listado de los elementos que les hicieron pensar que la noticia era verdad.

## En plenaria, compartan lo que se discutió en cada grupo.

4 ¿De qué forma las noticias falsas pueden afectar nuestra vida privada y la de otros/as?

5 Observen nuevamente las noticias falsas y comenten qué derechos, eventualmente, se podrían afectar.

Durante el recorrido por este recurso de aprendizaje hemos explorado, revisado, analizado y reflexionado respecto de cómo los medios de comunicación (principalmente mediante la difusión de noticias falsas, en un escenario de posverdad) afectan - o no - nuestra participación en la sociedad (cuando formamos la opinión pública, por ejemplo) y nuestra vida privada.

6 La invitación ahora es a debatir sobre la siguiente pregunta: ¿La opinión pública en las noticias abiertas (open news), contribuye a la participación ciudadana?

Para ello, el curso se dividirá en dos grupos, uno defendiendo la premisa del Sí y el otro grupo defendiendo el No.

**Grupo 1 argumentará: Sí, la opinión pública en las noticias abiertas (open news), contribuye a la participación ciudadana.**

**Grupo 2 argumentará: No, la opinión pública en las noticias abiertas (open news), no contribuye a la participación ciudadana.**

**Procedimiento:**

**a)** 20 minutos: en el grupo, revisen nuevamente las fuentes de información trabajadas durante el recurso. Seleccionen 3 evidencias o pruebas provenientes de las fuentes que les permitan apoyar la postura asignada.

**b)** 5 minutos: Presenta el equipo 1. El equipo 2 escribe los argumentos del equipo 1.

**c)** 5 minutos: Presenta el equipo 2. El equipo 1, escribe los argumentos del equipo 2.

**PAUSA** (5 minutos para confección de contraargumentos)

**d)** 5 minutos. El equipo 2 realiza contra-argumento de lo planteado por el equipo 1.

**e)** 5 minutos. El equipo 1 realiza contra-argumento de lo planteado por el equipo 2.

**f)** 5 minutos. El docente realiza una síntesis de los argumentos de ambos equipos.

**g)** 5 minutos: Todos pueden abandonar sus posiciones. Grupos de 4 intentan alcanzar un consenso.

## IV. REFLEXIONAR

---

Como ya hemos visto en las secciones anteriores, los medios de comunicación poseen ventajas y desventajas, como la inmediatez en la información, un acercamiento con la audiencia y la propagación de noticias falsas en la audiencia.

Antes de responder la pregunta orientadora del inicio de este recurso, te invitamos a reflexionar en tu contexto y responder las siguientes preguntas en parejas:

- 1 En nuestra comunidad escolar, ¿ante qué situaciones los medios de comunicación son un riesgo para el resguardo de nuestra vida privada y la de otros?
- 2 ¿Cómo el consumo de los medios de comunicación impacta, de forma positiva o negativa, tus emociones y el resguardo de nuestra vida privada y la de otros? Ejemplifica con una experiencia que hayas vivido.
- 3 En nuestra comunidad escolar, ¿ante qué situaciones los medios de comunicación son una oportunidad para participar en la sociedad?

**Te invitamos a realizar un plenario con las respuestas.**

## V. CO-PROPONER

---

- 1 Indagar a través de una encuesta sobre la circulación de noticias falsas en el contexto familiar y/o escolar.

Indagar a través de una encuesta sobre la circulación de noticias falsas en el contexto familiar y/o escolar.

**A)** Realizar una encuesta diagnóstica, cuyo objetivo sea indagar sobre el acceso y uso de las noticias falsas que nuestro círculo más cercano (familiares, amigos, compañeros del colegio) comparte. Además, identificar a quienes lideran la opinión en dichos contextos.

**B)** Comprueba en algunos medios de verificación de noticias (ejemplo, <https://factchecking.cl>; <https://verificachile.com>; <https://decodificador.cl>) si efectivamente estas noticias son falsas.

**C)** En grupos, analicen los resultados desagregando variables de género, edad y estrato socioeconómico.

**D)** Plantear conclusiones, desafíos y mecanismos para prevenir la circulación de noticias falsas.

**E)** Realizar un conversatorio con la comunidad educativa (estudiantes, docentes, directivos, apoderados, autoridades comunales o regionales) para exponer los resultados de la encuesta diagnóstica y darles a conocer la propuesta.

## VI. CO-CREAR

---

1

Difundir los resultados de la encuesta y proponer acciones de mejora.

Difundir los resultados de la encuesta y proponer acciones de mejora.

**a)** Difundir por diferentes medios estratégicos, los resultados de la encuesta diagnóstica, motivando la discusión/debate respecto de la necesidad de contar con una política pública o un marco regulatorio en torno a iniciativas de verificación o mecanismos que limiten la circulación de noticias falsas.

**b)** A partir de las conclusiones de los resultados de la encuesta, proponer una estrategia de verificación y/o mecanismo que permita comprobar la veracidad de la noticias (por ejemplo, una guía que entregue orientaciones sobre los pasos a seguir para verificar la falsedad o no de una noticia).

## VII. EVALUAR

---

Hemos analizado y comprendido desde lo teórico y desde lo experiencial cómo los medios de comunicación influyen en nuestra percepción de la realidad.

Existen varios elementos que influyen en que seamos nosotros o nuestros cercanos quienes, a través de la difusión de noticias falsas, podamos incidir -incluso- en las decisiones políticas de un país.

Algunos de los factores que nos ayudan a evitar caer en la difusión de noticias falsas son la predisposición al pensamiento crítico, ser curioso y cuestionador, pensar amplia y arriesgadamente, razonar clara y cuidadosamente. Lamentablemente, estas no son cualidades intrínsecas de todos los individuos. En más de una ocasión hemos escuchado a alguien de nuestro entorno decir algunas frases como las siguientes: “prefiero hacer los trabajos en que me digan qué hacer en vez de pensar mucho”, “prefiero responder una prueba de alternativas que plantear y desarrollar mis propias ideas”, “solo leo los titulares, porque me da flojera leer toda la noticia”. Sin duda alguna estas son aseveraciones válidas, pero en ellas queda de manifiesto que esta persona no está interesada en el desarrollo del pensamiento crítico.

Uno de los mecanismos más eficientes para prevenir la propagación de noticias falsas es que cada individuo no solo tenga altos estándares éticos, sino también herramientas para pensar con evidencia.

En relación a la aplicación de la encuesta y difusión de los resultados obtenidos, utilicen la siguiente propuesta de retroalimentación para co-evaluar los logros alcanzados en el desarrollo de este recurso de aprendizaje.

## Pauta de retroalimentación para los estudiantes.

- 1 Organizados en parejas, realicen una retroalimentación sobre el trabajo desarrollado, teniendo en cuenta los siguientes criterios:

		<b>Hacer sugerencias</b>	Otorga algunas recomendaciones de mejora a su trabajo, desde una perspectiva constructiva.
		<b>Expresar inquietudes</b>	Exprésale tus inquietudes acerca de los aspectos que quizás no ha considerado tanto en la aplicación como en la difusión de los resultados de la encuesta.
	<b>Valorar</b>	Identifica las fortalezas o aspectos positivos que posee el trabajo de tu compañero y exprésale tus valoraciones.	
<b>Aclarar</b>	Revisa el trabajo de tu compañero (la encuesta y difusión de resultados) e identifica aspectos en donde no haya suficiente claridad para compartirlos a través de preguntas (por ejemplo: ¿podrías dar un ejemplo de lo que quieres plantear en este punto?).		

- 2 Para finalizar, compartan en plenaria lo conversado en la retroalimentación, destacando las fortalezas y las sugerencias de los trabajos realizados.

## ANEXOS PARA EL DOCENTE

### Orientaciones para la revisión de respuestas de los ejercicios

I PREGUNTA ORIENTADORA	
Para conectar con el aprendizaje en torno a esta pregunta orientadora, es relevante explorar nuestros conocimientos y experiencias acerca del tema y los conceptos que lo componen.	
El propósito de este grupo de preguntas es explorar los conocimientos previos de los estudiantes sobre los medios de comunicación, su alcance, sus ventajas y desventajas. A su vez, se espera que puedan formular otras preguntas que abren nuevas posibilidades de indagación, las cuales pueden conectarse con la etapa de co-crear, en la que se aplican los aprendizajes desarrollados en el recurso.	
1) Cuando hablamos de los medios de comunicación, ¿en qué piensan?	<ul style="list-style-type: none"><li>» Distribución de información, noticias y/o eventos sobre situaciones del acontecer nacional o internacional.</li><li>» Una forma de conectarse con el mundo.</li><li>» Medios tradicionales como radio, prensa, televisión.</li></ul>
2) ¿Qué cuestionamientos o inquietudes te surgen sobre este tema?	<ul style="list-style-type: none"><li>» ¿De qué manera los medios de comunicación construyen una verdad para presentar a la sociedad?</li><li>» ¿Qué factores influyen al momento de difundir una noticia por sobre otra?</li></ul>
3) ¿Qué ventajas y desventajas consideran que tienen los medios de comunicación sobre nuestra vida cotidiana?	<p><b>Ventajas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>» Nos mantienen informados sobre las situaciones que afectan la vida de las personas.</li><li>» Nos permiten acceder a diversa información para la toma de decisiones en el ejercicio de nuestra participación ciudadana.</li><li>» Nos permiten estar conectados a nivel global y conocer lo que acontece en otras partes del planeta.</li></ul> <p><b>Desventajas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>» Tienen una alta influencia en la toma de decisiones relacionadas con el bien común en una sociedad, por cuanto, si no son veraces, pueden incidir en la polarización o radicalización de opiniones.</li></ul>

## II. ANALIZAR Y COMPRENDER

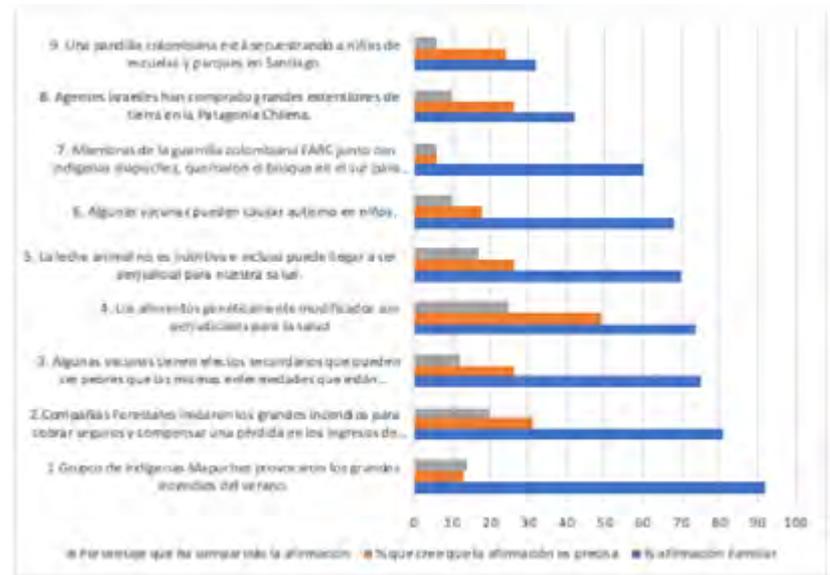
FUENTE 1 Reportaje. Quiénes y cómo difunden las noticias falsas. Un estudio que intenta descifrarlo.

Este grupo de preguntas busca que los estudiantes analicen la diferencia de creer una noticia y compartirla sin cuestionarse si son o no verdaderas. De igual forma se espera que, a través de la interpretación de datos provenientes de un estudio sobre la participación ciudadana frente a la desinformación, comprendan el alcance que tienen las afirmaciones falsas sobre la democracia.

1) ¿Cuál es la paradoja que presentan los investigadores en este estudio?

Tenemos ciudadanos más activos gracias a las redes sociales, pero también, gracias a ellas tenemos más personas distribuyendo más noticias falsas. Una tecnología que por un lado ayuda a la democracia, porque nos permite participar más, también la daña porque posibilita la expansión de las noticias falsas.

2) Elaboren un gráfico estadístico con los datos de la tabla 1 y revisen:



3) ¿Qué afirmaciones falsas tienen mayor porcentaje de credibilidad?

- » Los alimentos genéticamente modificados son perjudiciales para la salud.
- » Compañías forestales iniciaron los grandes incendios para cobrar seguros y compensar una pérdida en los ingresos de exportación debido a la elección de Donald Trump.
- » Algunas vacunas tienen efectos secundarios que pueden ser peores que las mismas enfermedades que están tratando de prevenir.
- » La leche animal no es nutritiva e incluso puede llegar a ser perjudicial para nuestra salud.

4) ¿Qué afirmaciones falsas tienen menor porcentaje de credibilidad?

- » Miembros de las guerrillas colombianas FARC junto con indígenas mapuche, quemaron el bosque en el sur para desestabilizar el país.
- » Grupos de indígenas mapuche provocaron los grandes incendios del verano.

5) ¿Cuál es la diferencia entre el porcentaje de las afirmaciones que se cree son precisas y las que se comparten?	Se busca que los estudiantes puedan revisar si existe o no una significativa diferencia entre el porcentaje de noticias que se creen son precisas y las que se comparten.
--	---

Pregunta que busca que los estudiantes reflexionen en torno a los aspectos que hacen una noticia “creíble”, tales como la presencia de fuentes de referencia, argumentos basados en la racionalidad y no en la emoción, carácter informativo y no de convencer a un otro de cambiar la opinión, verificación del contexto, entre otros.

6) ¿En qué aspectos de la noticia se basarían para creer una noticia que leen o escuchan en algún medio de comunicación?	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Presencia de fuentes de referencia.</li> <li>» Argumentos basados en la racionalidad y no en la emoción.</li> <li>» Carácter informativo y no de convencer a otro de cambiar la opinión.</li> <li>» Verificación del contexto, entre otros.</li> </ul>
--	---

Con este grupo de preguntas se busca que los estudiantes analicen las definiciones de posverdad y noticias falsas o fake news, desde las perspectivas española y británica, reconociendo las características en las que difieren y coinciden. Se espera que a la luz de esta comprensión, sumado a los aprendizajes desarrollados en las actividades previas, puedan distinguir cuando una noticia es falsa.

FUENTE 2 Periodismo, ética y posverdad.

7) De forma individual, te invitamos a completar el siguiente cuadro comparativo de diferencias y semejanzas sobre el concepto de posverdad en la perspectiva española y británica:	<b>Definición española</b> <b>Definición británica</b>			
	<b>Diferencias</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%; vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Distorsión deliberada de la realidad.</li> <li>» Se pone de manifiesto una intencionalidad comunicativa del enunciador del relato.</li> <li>» Incluye el concepto de manipulación.</li> </ul> </td> <td style="width: 70%; vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Situación en que las personas son más propensas a aceptar un argumento basado en sus emociones y creencias, en lugar de uno basado en hechos.</li> </ul> </td> </tr> </table>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Distorsión deliberada de la realidad.</li> <li>» Se pone de manifiesto una intencionalidad comunicativa del enunciador del relato.</li> <li>» Incluye el concepto de manipulación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Situación en que las personas son más propensas a aceptar un argumento basado en sus emociones y creencias, en lugar de uno basado en hechos.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Distorsión deliberada de la realidad.</li> <li>» Se pone de manifiesto una intencionalidad comunicativa del enunciador del relato.</li> <li>» Incluye el concepto de manipulación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Situación en que las personas son más propensas a aceptar un argumento basado en sus emociones y creencias, en lugar de uno basado en hechos.</li> </ul>		
<b>Semejanzas</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%; vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Los relatos que conectan con las emociones y las creencias tienen mayor influencia en las personas y en la opinión pública.</li> </ul> </td> <td style="width: 70%; vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Priman las emociones y creencias en la aceptación de un argumento, por encima de los hechos.</li> </ul> </td> </tr> </table>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Los relatos que conectan con las emociones y las creencias tienen mayor influencia en las personas y en la opinión pública.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Priman las emociones y creencias en la aceptación de un argumento, por encima de los hechos.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>» Los relatos que conectan con las emociones y las creencias tienen mayor influencia en las personas y en la opinión pública.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Priman las emociones y creencias en la aceptación de un argumento, por encima de los hechos.</li> </ul>			

8) ¿Cuál es la relación entre las <i>fake news</i> (noticias falsas) y la posverdad?	La posverdad se alimenta de las <i>fake news</i> o noticias falsas y de la distorsión de la realidad para poder manipular a los destinatarios.
9) Según el artículo, ¿cómo saber si una noticia es falsa?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cuando se narran hechos que no han pasado o se atribuyen estos hechos a fuentes falsas.</li> <li>2. Cuando se crea una noticia desde un marco interpretativo del mundo real. No se trata si los hechos son verdaderos o falsos, sino cuál es el marco mental con el que se le da sentido o se explican los hechos. (Por ejemplo, atribuir las consecuencias del hecho a un castigo divino)</li> <li>3. Por último, está la noticia construida a partir del marco real e interpretativo. Debe parecer que es verdad, utilizando diferentes estrategias narrativas para fundamentar la credibilidad de la información (por ejemplo, citar fuentes, acumular hechos que fundamentan lo acontecido, buscar fuentes de autoridad que certifiquen la veracidad de los hechos y el marco mental con el que el periodista los interpreta).</li> </ol>
<p>Con estas preguntas, se busca que los estudiantes reflexionen acerca de las implicaciones éticas que tiene la producción, circulación y aceptación de las noticias falsas en la vida de las personas, y cómo esto influye en su participación y toma de decisiones para la construcción del bien común.</p>	
10) ¿Qué implicaciones éticas tienen estos fenómenos en nuestra vida cotidiana?	<ul style="list-style-type: none"> <li>» La vulneración del derecho de los ciudadanos de acceder a información veraz, que le permita estar en libertad de decidir entre diferentes alternativas de acción.</li> <li>» Invasión a la privacidad o el resguardo a la vida privada, por cuanto a través de noticias falsas se publica información que puede causar daño a la reputación de las personas.</li> </ul>
11) ¿En qué situaciones de la vida cotidiana o de la realidad del país se hacen visibles estos fenómenos?	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Acontecimientos políticos como elecciones, discusión y ratificación de leyes, movimientos sociales.</li> <li>» Acontecimientos científicos respecto de las vacunas, el uso de medicamentos, la pandemia de Covid-19.</li> </ul>
12) ¿De qué forma las noticias falsas pueden influir en nuestra participación ciudadana para el bienestar colectivo?	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Cuando tomamos decisiones en base a la desinformación y la no verificación de los hechos, podemos afectar el bienestar colectivo. Por ejemplo, no hacemos uso de los elementos de protección personal durante la pandemia, por creencias infundadas a partir de la aceptación de las noticias falsas, perjudicando la salud y el bienestar propio y de los demás.</li> </ul>

Pauta del docente para revisión de respuestas

Criterios para revisar las respuestas	Logrado (2)	Por mejorar (1)	No logrado (0)
a) Identifica implicaciones éticas como el derecho de los ciudadanos a acceder a información veraz y el resguardo a la vida privada.			
b) Presenta ejemplos que dan cuenta de cómo se hacen visible las noticias falsas y/o la posverdad en las situaciones cotidianas de nuestro país.			
c) Comprende la influencia de las noticias falsas en la propia participación ciudadana para el bienestar colectivo.			

ÉTICA PERIODÍSTICA

FUENTE 3: Dictamen 245 (2020) sobre periodismo en tiempos de pandemia.

1) ¿Por qué es relevante el trabajo periodístico en este contexto de pandemia?	Porque nos encontramos en un contexto de incertidumbre que hace necesaria la entrega de noticias veraces y oportunas a la ciudadanía.
2) ¿Cuáles fueron las principales denuncias que se presentaron al Consejo sobre la cobertura de los medios en torno a la pandemia y sus efectos?	<ul style="list-style-type: none"> <li>» La difusión de contenidos que no distingue entre hechos, opiniones y entretención, aplicando en ocasiones una lógica propia del espectáculo.</li> <li>» El desperfilamiento profesional de periodistas, locutores y animadores que se extiende a secciones y programas.</li> <li>» La insuficiente verificación de la información.</li> <li>» La reticencia para admitir errores.</li> <li>» La falta de una necesaria sensibilidad para captar diferencias y matices en una sociedad crecientemente diversa y plural.</li> <li>» La tendencia de los periodistas a erigirse en jueces o protagonistas de la noticia.</li> </ul>

3) Relacionen las denuncias con las consecuencias para la vida privada de las personas y propongan recomendaciones para la mejora.

Denuncia	Consecuencias para la vida privada	Recomendaciones
<p>-Difusión de contenidos no distingue entre hechos, opiniones y entretenimiento. Lógica del espectáculo.</p> <p>-El desperfilamiento profesional de periodistas, locutores y animadores.</p> <p>-Insuficiente verificación de la información.</p> <p>-Falta de sensibilidad para captar diferencias en una sociedad diversa.</p> <p>-Tendencia de los periodistas a erigirse en jueces.</p>	<p>Cuando existe una lógica del espectáculo en la difusión de información sobre la vida de las personas, queda expuesta su privacidad, por tanto cualquiera puede entregar opiniones, basadas en sus emociones y no en los hechos reales, lo que puede afectar la reputación de las personas.</p> <p>Al difundir información que no considere la sensibilidad, por ejemplo, en la forma en la que se usa el lenguaje para comunicar acerca de la población migrante, los grupos LGBTIQ+, las mujeres, etc., se tiende a construir una imagen negativa, estigmatizada o tergiversada que incide en cómo nos relacionamos.</p>	<p>-Al producir, recibir y circular noticias o información, siempre verificar la fuente de la que proviene, el contexto en el que se sitúa, la intencionalidad del mensaje y los hechos que presenta con sus respectivas evidencias, para hacernos una idea fundamentada de lo que nos presentan.</p>

Pauta del profesor para comentar respuestas

Criterios para comentar las respuestas	Logrado (2)	Por mejorar (1)	No logrado (0)
a) Reconoce la relevancia del trabajo periodístico en la comunicación de noticias en contexto de alta incertidumbre.			
b) Identifica las situaciones asociadas a las denuncias efectuadas sobre la distribución de noticias en el actual contexto de pandemia.			
c) Relaciona las denuncias con las consecuencias para la vida privada de las personas.			
d) Propone recomendaciones para la mejora en la difusión de contenidos o información, en contexto de incertidumbre.			

Este grupo de preguntas busca que los estudiantes distingan los diferentes tipos de alteraciones de imágenes y/o texto que contienen las fake news o noticias falsas, mostrando el alcance que tienen los programas como photoshop, en la alteración de mensajes visuales.

Asimismo, se espera que, a partir del reconocimiento de dichas alteraciones, analicen la veracidad del mensaje, a la luz de las recomendaciones para identificar si una noticia es falsa.

VIDEO 1 El gran problema de los fake news.	
4) ¿Qué recomendaciones se plantean para reconocer las noticias falsas?	<p>Se recomienda</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Leer la noticia completa, no solo el titular.</li> <li>» Averiguar cuál es la fuente de la que proviene y la confiabilidad que tiene dicha fuente.</li> <li>» Ingresa a la web del medio que publicó la noticia para comprobar que existe.</li> <li>» Si la noticia no tiene autor, verificar si es falsa.</li> <li>» Ingresar la noticia en el buscador y revisar si otros medios confiables la han reproducido.</li> <li>» Buscar los datos que están citados, por ejemplo, los estudios de investigación, para comprobar si efectivamente tienen sustento científico.</li> <li>» Buscar en otros medios, la institución y el año de publicación, para comprobar su existencia.</li> </ul>
VIDEO 2 Photoshop: 30 años de polémicas y disparates con el programa que revolucionó el diseño gráfico.	
5) Observen el video y comenten lo que ven. (En esta etapa no se piden interpretaciones, solo descripciones de lo que ven. Además, se recomienda contar con el tiempo suficiente para observar cuidadosamente).	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Imágenes de personas con dedos o extremidades de más.</li> <li>» Imagen de hombre y mujer con el mismo rostro.</li> <li>» Imágenes de mujeres con el cuello más largo de lo normal.</li> <li>» Imagen de lanzamiento de misiles.</li> </ul>
6) ¿En qué les hace pensar lo que ven? ¿Qué interpretaciones pueden hacer teniendo en cuenta lo observado? Tomen nota de sus interpretaciones.	Las imágenes tienen una gran influencia en la generación de la verdad; y si no distinguimos alteraciones en los mensajes que recibimos, terminaremos creyendo hasta en lo más absurdo.
7) ¿Qué herramientas existen para verificar si una imagen es real?	Adobe cuenta con una herramienta basada en inteligencia artificial para detectar si una imagen ha sido manipulada. Además, permite revertir el cambio.

PERIODISMO CIUDADANO

FUENTE 4 Oportunidades y amenazas del periodismo ciudadano en la sociedad globalizada.

1) ¿En qué consiste el periodismo ciudadano?

Necesidad ciudadana de participar en la construcción de la realidad social, mediante la incorporación de las opiniones de los ciudadanos a las informaciones construidas profesionalmente o a través de la creación de espacios distintos y alternativos a las fórmulas tradicionales.

2) Completa en el siguiente cuadro, las formas de participación ciudadana en el periodismo

	Participación con aval de los medios de comunicación	Participación sin aval de ningún medio de comunicación
Tradicionales	-Artículos de opinión -Cartas al director -Programas en los que se exponen algunos temas.	Panfletos -publicaciones ciudadanas
Contemporáneos	-Comentarios en noticias web -Blogs personales a los que se accede desde la página del medio.	Foros online -podcast -Web TV

3) ¿Qué oportunidades y riesgos plantea este escenario de “periodismo ciudadano o noticias abiertas” para nuestra participación en la sociedad?

**Oportunidades:** Permite la emisión de puntos de vista a partir de la información que va ocurriendo, abriendo el debate para nuevas opiniones y puntos de vista, profundizando aún más la reflexión y el debate. Las noticias tienen un acercamiento real con la audiencia, permitiendo no solamente conocer lo que ocurrió, sino que también conectarlo a otros fenómenos o problemas. Permite denunciar abusos y corrupciones que los medios no denuncian.

**Riesgos:** Radicalización de los puntos de vista; emisión de opiniones basadas en temores infundados; primacía de las creencias sobre los hechos objetivos, distorsión de la veracidad, afección de la libertad de información que implica el derecho a estar bien informados.

<p>4) ¿Qué retos plantea este escenario de periodismo ciudadano o noticias abiertas para nuestra participación en la sociedad?</p>	<p>Profundizar sobre las implicaciones que tiene la ampliación de espacios públicos de forma tan indiscriminada como la que supone la red, en que la libertad de las personas no sea tanto un síntoma de libertad cuanto una permanente amenaza a la misma.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Garantizar legislaciones que regulen y comprueben las condiciones de veracidad e interés público en la información que se genera y distribuye en la red digital.</li> </ul>																				
<p>5) ¿Qué es importante considerar en la creación de la opinión pública?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Conocer los hechos y definirlos bien.</li> <li>» Distinguir los hechos (evidentes) de las opiniones.</li> <li>» Ser leales a los hechos, no inventarlos.</li> </ul>																				
<p>6) En la posverdad, importan:</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Sí</th> <th>No</th> <th>¿Por qué?</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Las emociones</td> <td style="text-align: center;">x</td> <td></td> <td>Porque conectan a las personas con sus propias emociones respecto de situaciones que los afectan directamente.</td> </tr> <tr> <td>Las creencias</td> <td style="text-align: center;">x</td> <td></td> <td>A partir de las creencias que tienen las personas sobre el contenido, se puede manipular el mensaje.</td> </tr> <tr> <td>Los hechos</td> <td></td> <td style="text-align: center;">x</td> <td>Porque lo que importa es tergiversar el mensaje, conectando con las creencias y emociones de las personas.</td> </tr> <tr> <td>Las mentiras</td> <td style="text-align: center;">x</td> <td></td> <td>Son la base para construir posverdad.</td> </tr> </tbody> </table>		Sí	No	¿Por qué?	Las emociones	x		Porque conectan a las personas con sus propias emociones respecto de situaciones que los afectan directamente.	Las creencias	x		A partir de las creencias que tienen las personas sobre el contenido, se puede manipular el mensaje.	Los hechos		x	Porque lo que importa es tergiversar el mensaje, conectando con las creencias y emociones de las personas.	Las mentiras	x		Son la base para construir posverdad.
	Sí	No	¿Por qué?																		
Las emociones	x		Porque conectan a las personas con sus propias emociones respecto de situaciones que los afectan directamente.																		
Las creencias	x		A partir de las creencias que tienen las personas sobre el contenido, se puede manipular el mensaje.																		
Los hechos		x	Porque lo que importa es tergiversar el mensaje, conectando con las creencias y emociones de las personas.																		
Las mentiras	x		Son la base para construir posverdad.																		
<p>7) ¿Existe una relación causal entre redes sociales y posverdad?</p>	<p>No. Las redes sociales son ambivalentes y dependen del uso y de la capacidad que tengan de atraer a unos sectores u otros.</p>																				
<p>8) ¿Qué desafíos tienen los medios de comunicación tradicionales en este escenario de posverdad?</p>	<p>Reestructurar el espacio público, para que se recupere el debate y la discusión respetuosa en torno a los hechos.</p>																				

<p>9) Piensen en otros desafíos que serían necesarios de desarrollar para evitar que la posverdad construye realidades falsas.</p>	<p>Se busca que los estudiantes exploren nuevas propuestas para evitar la creación de contenido falso.</p>
<p>Opinión pública y su relación con los medios de comunicación</p>	
<p>FUENTE 5 Opinión pública y su relación con los medios de comunicación.</p>	
<p>Con este grupo de preguntas se espera que los estudiantes reconozcan cómo se crea la opinión pública, a partir de los medios de comunicación y en tiempos de crisis o de incertidumbre, en los que no se cuenta con información precisa.</p> <p>Por otra parte, se espera que los estudiantes ejerciten el pensamiento crítico a partir de su propia realidad personal para establecer un punto de vista o posición.</p>	
<p>1) Según la fuente anterior, ¿cómo se crea “la opinión pública”?</p>	<p>La opinión pública se crea a partir de los medios de comunicación, dependiendo del contexto, la importancia o trascendencia que estos tienen.</p>
<p>2) ¿En qué situaciones los medios de comunicación poseen más influencia? ¿Estás de acuerdo con lo que señala el autor?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» En los tiempos de crisis los medios tienden a ser más influyentes, por ejemplo, en la caída del comunismo en Europa, la guerra del Golfo y de Irak y actualmente la crisis financiera a nivel mundial.</li> <li>» Cuando se trata de noticias que no se conocen ni se pueden conocer directamente, sino únicamente por la información que dan los medios.</li> </ul>
<p>3) ¿En qué situaciones experimentadas en Chile en el último tiempo los medios de comunicación han tenido mayor influencia en la opinión pública? ¿Por qué crees que ocurre aquello?</p>	<p>La pregunta espera que los/las estudiantes reflexionen, a partir de la realidad que han vivido, situaciones o momentos en donde los medios de comunicación han tenido una gran influencia entregando la razón que explicaría aquello.</p>

### III RECONOCER EL CONTEXTO

Este grupo de preguntas busca que los estudiantes reflexionen sobre su participación en la aceptación y circulación de noticias falsas, reconociendo con ello, qué factores, aspectos y/o elementos les hicieron creer en dichas afirmaciones y cómo estas actitudes y comportamientos de aceptación y/o distribución de las noticias falsas, pueden afectar nuestra vida privada y la de otros.

<p>1) ¿He creído en alguna/s de estas noticias falsas?</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="592 499 815 607">Sí</th> <th data-bbox="815 499 1038 607">No</th> <th data-bbox="1038 499 1412 607">Cuál/es</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="3" data-bbox="592 607 1412 801" style="height: 80px;"></td> </tr> </tbody> </table>	Sí	No	Cuál/es			
Sí	No	Cuál/es					
<p>2) En caso afirmativo, ¿qué les hizo creer en la/s noticia/s?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Las imágenes que se muestran en algunas de las noticias se ven consistentes con el título o enunciado de la publicación.</li> <li>» La migración es un fenómeno que antes no se presentaba en el país, con la magnitud con la que en la actualidad se presenta. Entonces es fácil creer en cifras alteradas sobre la población migrante vigente en el país.</li> <li>» Uso de logos, páginas web o redes sociales de servicios e instituciones públicas que hacen creíble el mensaje.</li> </ul>						
<p>3) Elaboren un listado de los elementos que les hicieron pensar que la noticia era verdad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Imágenes que eran consistentes con el enunciado.</li> <li>» Logos de las instituciones públicas.</li> <li>» Página web y redes sociales de las instituciones públicas.</li> <li>» El temor del desabastecimiento, al robo de datos personales, a la posible pérdida de beneficios por la masiva llegada de extranjeros, etc.</li> </ul>						
<p>4) ¿De qué forma las noticias falsas pueden afectar nuestra vida privada y la de otros/as?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Cuando se crea una imagen falsa de una persona o grupo de personas, nuestras interacciones sociales se ven afectadas por dicha imagen que puede contener estereotipos, marcas discriminatorias y/o que vulneran el desarrollo de la libre personalidad y con ello la dignidad de los sujetos.</li> </ul>						
<p>5) Observen nuevamente las noticias falsas y comenten qué derechos, eventualmente, se podrían afectar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Derecho a estar informados en base a la veracidad del contenido publicado.</li> <li>» Derecho a una imagen libre de estereotipos o marcas discriminatorias.</li> </ul>						

El propósito de esta actividad es que los estudiantes adopten una postura de acuerdo o desacuerdo respecto de la pregunta del debate, presentando sus argumentos en base a la evidencia trabajada en cada una de las fuentes de información.

De igual modo, a partir de esta actividad se puede valorar el dominio conceptual, la calidad de los argumentos y contraargumentos y el estilo de presentación.

6) Debate

¿La opinión pública en las noticias abiertas (open news), contribuye a la participación ciudadana?

El curso se dividirá en dos grupos, uno defendiendo la premisa del Sí y el otro grupo defendiendo el No.

Grupo 1, argumentará: Sí, La opinión pública en las noticias abiertas (open news), contribuye a la participación ciudadana

Grupo 2, argumentará: No, La opinión pública en las noticias abiertas (open news), no contribuye a la participación ciudadana.

## Rúbrica de evaluación para el docente. Debate Opinión pública y participación ciudadana

Nivel de logro/ dimensiones	No logrado	Requiere apoyo	En desarrollo	Logrado
Dominio conceptual	No se observa un dominio del contenido por parte del equipo, entregando información contradictoria y errónea.	No se observa un dominio del contenido por parte del equipo, entregando información contradictoria y errónea.	No se observa un dominio del contenido por parte del equipo, entregando información contradictoria y errónea.	Se observa un completo dominio conceptual por parte del equipo, dando cuenta de una comprensión del contenido en su explicación.
Argumentos	Los argumentos presentados por el equipo no fueron precisos y/o relevantes con su postura.	La mayoría de los argumentos fueron precisos y relevantes, pero algunos fueron poco convincentes.	La mayoría de los argumentos fueron precisos, relevantes y concretos.	Todos los argumentos fueron precisos, relevantes y concretos.
Contrargumento	Los contra-argumentos no fueron precisos y/o relevantes.	La mayoría de los contra-argumentos fueron precisos y relevantes, pero algunos fueron poco convincentes.	La mayoría de los contra-argumentos fueron precisos, relevantes y concretos.	Todos los contra-argumentos fueron precisos, relevantes y concretos.
Material de apoyo	Los argumentos carecen de hechos relevantes, estadísticas y/o ejemplos.	La minoría de los argumentos estuvo apoyada con hechos relevantes, estadísticas y/o ejemplos extraídos de las fuentes trabajadas en el recurso.	La gran mayoría de los argumentos estuvo apoyada con hechos relevantes, estadísticas y/o ejemplos extraídos de las fuentes trabajadas en el recurso.	Cada argumento estuvo apoyado con hechos relevantes, estadísticas y/o ejemplos extraídos de las fuentes trabajadas en el recurso.
Estilo de presentación	El equipo no fue capaz de mantener la atención de la audiencia.	El equipo a veces usó gestos, contacto visual, tono de voz y un nivel de entusiasmo en una forma que mantuvo la atención de la audiencia.	El equipo por lo general usó gestos, contacto visual, tono de voz y un nivel de entusiasmo en una forma que mantuvo la atención de la audiencia.	El equipo consistentemente usó gestos, contacto visual, tono de voz y un nivel de entusiasmo en una forma que mantuvo la atención de la audiencia.

#### IV. REFLEXIONAR

Este grupo de preguntas busca que los estudiantes identifiquen situaciones de la vida escolar en la que los medios de comunicación son un riesgo para el resguardo de su privacidad, reflexionando sobre el impacto que tienen en la vida propia y la de los otros. De igual modo, se espera que los estudiantes también puedan reconocer las oportunidades que los medios de comunicación ofrecen para la participación ciudadana.

1) En nuestra comunidad escolar, ¿ante qué situaciones los medios de comunicación son un riesgo para el resguardo de nuestra vida privada y la de otros?	En esta respuesta se busca que los estudiantes identifiquen situaciones o momentos en que los medios de comunicación pondrían en riesgo la vida privada, tales como chismes falsos, el envío de conversaciones privadas, entre otros.
2) ¿Cómo el consumo de los medios de comunicación impacta, de forma positiva o negativa, tus emociones y el resguardo de nuestra vida privada y la de otros? Ejemplifica con una experiencia que hayan vivido.	En la respuesta se busca que los estudiantes reflexionen en torno a cómo los medios de comunicación impactan en las emociones y en el resguardo de la vida privada y la de otros.  Para acercar la pregunta a la realidad de los estudiantes, se les solicita que ejemplifiquen, para que se den cuenta que esto es algo que los afecta.
3) En nuestra comunidad escolar, ¿ante qué situaciones los medios de comunicación son una oportunidad para participar en la sociedad?	En esta respuesta se espera que los estudiantes sean capaces de reconocer en los medios de comunicación la posibilidad de informarse, generar propuestas de solución ante problemáticas, dialogar ante dificultades, participar de instancias con otros agentes de la sociedad, entre otros.

#### V. CO-PROPONER

La actividad de elaboración de una encuesta sobre la circulación de noticias falsas en el contexto familiar y/o escolar, permite que los estudiantes indaguen en su contexto más cercano (familiares, amigos, compañeros del colegio), cómo y quiénes aceptan y comparten noticias falsas, qué noticias son las más creíbles y reproducidas y cuáles variables intervienen en la decisión. De igual modo, analizan datos cuantitativos y cualitativos, que les permite proyectar conclusiones y desafíos para el abordaje de la problemática. Algunos elementos básicos en la elaboración de la encuesta y su tabulación importante son:

- Rango etario de los encuestados.
- Redes sociales que utiliza.
- Medios de información que utiliza para informarse.
- Preguntas que permitan identificar si comparte la información de primera fuente o solo la reenvía.

## **VI. CO-CREAR**

Esta actividad busca que los estudiantes piensen en la creación de diferentes medios o formas de difusión de los resultados de la encuesta a cada uno de los miembros de la comunidad educativa. Asimismo, los invita a proponer ideas sobre algún mecanismo o estrategia de verificación de noticias para aplicar en su contexto familiar y escolar.

## **VII. EVALUAR**

Finalmente, en esta instancia de evaluación, se espera que los estudiantes puedan compartir con sus compañeros, retroalimentación de lo trabajado tanto en la encuesta, la difusión de resultados y la propuesta de mecanismo para verificar la veracidad de las noticias que circulan en el contexto familiar y escolar.

En este sentido, se organizan en parejas y aplican la pauta de retroalimentación, coevaluando con ello los logros alcanzados en el desarrollo de este recurso de aprendizaje.

El docente también contará con una rúbrica que guiará la evaluación de lo desarrollado en el recurso.

Rúbrica de evaluación para el docente:

## Rúbrica de evaluación para el docente:

Nivel de logro/ dimensiones	No logrado	Requiere apoyo	En desarrollo	Logrado
Diagnóstico/ encuesta	Los criterios de selección son difusos y no se logró encuestar a un público representativo.	Los criterios de selección son difusos o el número de encuestados es insuficiente o poco representativo para lograr un análisis que no implique errores dado que la muestra podría tender a errores significativos.	Los criterios de selección y número de encuestados son coherentes a los objetivos de la actividad, sin embargo, el público no es representativo dado que la muestra podría tender a errores parciales al momento de realizar la evaluación de los resultados.	Los criterios de selección y número de encuestados son coherentes a los objetivos de la actividad. El público encuestado es un universo representativo.
Análisis de resultados encuesta	El análisis es deficiente. No hay elementos gráficos.	El análisis y resultado de la encuesta es difuso. Más que establecer criterios con la información, tan solo la transcribe.	El análisis y resultados de la encuesta evidencia criterios claros, pero no está apoyado por elementos gráficos.	El análisis y resultado de la encuesta evidencia criterios claros, además está apoyada por elementos gráficos.
Conclusiones y desafíos a partir del diagnóstico o encuesta.	No se presentan conclusiones. Las conclusiones no derivan de los resultados o análisis.	Las conclusiones en relación con las opiniones o respuestas de los encuestados son vagas o les falta sustento. No son significativas para la elaboración del proyecto.	Las conclusiones en relación con las opiniones o respuestas de los encuestados permiten elaborar un diagnóstico, pero este no es significativo para la elaboración de una estrategia de verificación de noticias falsas.	Las conclusiones en relación con las opiniones o respuestas de los encuestados permiten elaborar un diagnóstico que será de utilidad para proponer una estrategia en base a las necesidades reales de los encuestados o las necesidades que se pretende evidenciar.
Difusión de la encuesta y creación de medio.	No difunde la información. No crear un medio estratégico para la promoción de su proyecto.	La difusión de la encuesta y creación del medio de divulgación es poco atractiva para el público objetivo	La difusión de la encuesta y creación del medio de divulgación no es accesible a todos los participantes, sin embargo, es atractiva e innovadora.	La difusión de la encuesta y la creación del medio de divulgación permite dar a conocer el objetivo perseguido, es atractiva e innovadora.
Estrategia o mecanismo para prevenir la difusión de noticias falsas	La estrategia o mecanismo no logra prevenir la difusión de noticias falsas o no aporta en el objetivo.	La estrategia o mecanismo cumple parcialmente con el objetivo, ya sea porque no logra fomentar el pensamiento crítico o carece de sustento teórico.	La estrategia o mecanismos cumple con el objetivo: logra fomentar el pensamiento crítico, pero faltó profundizar en algunas nociones o conceptos claves. Faltó mayor sustento teórico.	La estrategia o mecanismo cumple con el objetivo: logra fomentar el pensamiento crítico para prevenir la difusión de noticias falsas. Se sustenta en fundamentos consistentes.

Material de apoyo	No presenta material de apoyo.	El material de apoyo para la exposición no es lo suficientemente atractivo. La información se presenta de manera desordenada.	El material de apoyo para la exposición es atractivo. La información se presenta de manera parcialmente clara y precisa.	El material de apoyo para la exposición es atractivo. La información se presenta de manera clara y precisa.
Exposición	No expone o lo hace tan solo atendiendo a uno de los criterios de la exposición.	La exposición es pertinente. Sin embargo, faltó incorporar uno de los siguientes elementos: -La presentación de los resultados de la encuesta. -La concientización del público a tomar acciones ante noticias falsas.	La exposición es pertinente. Sin embargo, faltó incorporar uno de los siguientes elementos -La presentación de los resultados de la encuesta. -La concientización del público a tomar acciones ante noticias falsas.	La exposición es pertinente. Los expositores dan a conocer los resultados de la encuesta, presentan su estrategia de verificación informando de manera clara y precisa. Por último, logran concientizar al público de tomar acciones ante las noticias falsas.

## Material para profundizar

Esta sección te permitirá profundizar o complementar conocimientos respecto de los riesgos y oportunidades de consumir diariamente, a través de los medios de comunicación, imágenes estereotipadas, alteraciones de los hechos y/o afirmaciones falsas que no tienen fundamento, lo que a su vez te invitará a reflexionar sobre la responsabilidad de los medios de comunicación en reforzar, repetir, normalizar realidades que sí o no nos representan, así como las repercusiones para la vida privada y la participación ciudadana.

Recuerda que también puedes buscar tu propio material complementario en la red o en los textos entregados por el ministerio.

### Video

“Vivimos en la era de los bulos<sup>10</sup>. Cada día estamos expuestos a un flujo constante de información y desinformación, pero ambas suelen tener el mismo aspecto. Para diferenciarlas y desmontar las llamadas fake news, Clara Jiménez y otros periodistas han creado maldita.es, una organización sin ánimo de lucro dedicada a la investigación periodística y visibilización de este fenómeno. En su charla desenmascara algunas de las prácticas habituales de los desinformadores y nos enseña cómo podemos evitar caer en sus trampas”.



**VIDEO: “Toda la verdad sobre la desinformación” <sup>11</sup>**  
**LINK: [https://youtu.be/2\\_xr58zYr6c](https://youtu.be/2_xr58zYr6c)**

---

<sup>10</sup> Noticias falsas que se difunden, generalmente, con el fin de perjudicar a alguien.

<sup>11</sup> TEDx Talks. (29 de octubre de 2018). Toda la verdad sobre la desinformación | Clara Jiménez | TEDxMadrid. Youtube. [https://youtu.be/2\\_xr58zYr6c](https://youtu.be/2_xr58zYr6c)

## Video: “Revelando estereotipos que no nos representan”

“Hemos engañado a los extraterrestres. No era nuestra intención, pero les hemos enviado un mensaje completamente equivocado sobre quiénes somos. Piensen por un momento: cómo transmitirían a esos seres inteligentes de otras galaxias qué es la humanidad. ¿Se parece a esto? Porque este es el dibujo que les enviamos en 1972 en la sonda espacial Pioneer 10. Se espera que llegue a su destino dentro de millones de años. Mientras tanto, si algún alienígena se la encuentra, podrá deducir que en nuestro planeta hay dos tipos de seres: unos que hacen cosas (risas) y otros que no hacen nada. Mi pregunta es: ¿por qué decidimos enviar este dibujo y no este otro, por ejemplo, o este otro? O incluso este otro. Si lo que queríamos era representar la vida humana en la Tierra ninguna de las dos figuras debería haber tenido rasgos caucásicos, porque hay más personas con rasgos africanos o asiáticos en nuestro planeta. Sin embargo, decidimos enviar la del hombre blanco con la mano levantada y la mujer que le acompaña. Hoy estas dos figuras siguen dando vueltas por el universo y no sabemos qué será de ellas. Algo parecido a lo que ocurre con las imágenes que lanzan los medios de comunicación, que las sueltan ahí, a la deriva, sin ser realmente conscientes de si nos representan o de si tendrán algún efecto en cómo seremos dentro de millones de años. Esas imágenes, las de la placa y las que vemos todos los días en los medios, no son la realidad, son simplificaciones, signos que utilizamos para resumir la información y comunicarnos de manera rápida”.



**Video: “Revelando estereotipos que no nos representan”<sup>12</sup>**  
**LINK: <https://youtu.be/H1C-vG4yBMI>**

Este documental exhibe la lógica y el modo en el que opera la producción de mentiras o noticias falsas.



**Trailer documental Buscando la verdad: desinformación y el costo de las noticias falsas.<sup>13</sup>**  
**Link: <https://youtu.be/hLS-uNNfyb0>**

<sup>12</sup> TEDx Talks. (10 de octubre de 2017). Revelando estereotipos que no nos representan | Yolanda Domínguez

<sup>13</sup> ELMentado Chavez (22 de marzo de 2020). BUSCANDO LA VERDAD: Desinformación y El Costo De Las Noticias Falsas TRÁILER ESPAÑOL SUBTITULADO. Youtube. <https://youtu.be/hLS-uNNfyb0>

## Cómo se forma la “opinión pública, Pierre Bourdieu<sup>14</sup>

“Un hombre oficial es un ventrílocuo que habla en nombre del Estado: toma una postura oficial –habría que describir la puesta en escena de lo oficial–, habla a favor y en nombre del grupo al que se dirige, habla por y en nombre de todos, habla en tanto representante de lo universal.

Aquí llegamos a la noción moderna de opinión pública. ¿Cuál es la opinión pública que invocan los creadores de derecho de las sociedades modernas, sociedades en las cuales el derecho existe? Tácitamente, es la opinión de todos, de la mayoría o de aquellos que cuentan, de aquellos que son dignos de tener una opinión. Pienso que la definición patente en una sociedad que se dice democrática, es decir que donde la opinión oficial es la opinión de todos, se oculta una definición latente, a saber, que la opinión pública es la opinión de los que son dignos de tener una opinión. Hay una especie de definición censitaria de la opinión pública como opinión ilustrada, como opinión digna de ese nombre.

La lógica de las comisiones oficiales es crear un grupo así constituido que exhiba todos los signos exteriores, socialmente reconocidos y reconocibles, de la capacidad de expresar la opinión digna de ser expresada, y en las formas establecidas”.

---

<sup>14</sup> Bourdieu, P. (s.f.). Cómo se forma la “opinión pública”. Le Monde Diplomatique. Recuperado de: <https://www.eldiplo.org/notas-web/como-se-forma-la-opinion-publica/>

## BIBLIOGRAFÍA

Bordieu, P. (s.f.). Cómo se forma la “opinión pública”. Le Monde Diplomatique. Recuperado de: <https://www.eldiplo.org/notas-web/como-se-forma-la-opinion-publica/>

Casa de América. (8 marzo de 2017). Opinión pública y medios de comunicación. Entrevista a Fernando Vallespín. Youtube. <https://youtu.be/FhDovaCfkhY>

Chillón, J (2010). Oportunidades y amenazas del periodismo ciudadano en la sociedad globalizada. Universidad de Valladolid Eikasía. Revista de Filosofía, año V, 31. Recuperado de: <http://www.revistadefilosofia.org/31-16.pdf>

Common Sense Latino. (7 de marzo de 2017). 5 formas de identificar noticias falsas. Youtube. [https://youtu.be/q5JuVchNF\\_Y](https://youtu.be/q5JuVchNF_Y)

Consejo de Ética. Medios de comunicación social. (2 de junio de 2020). Dictamen N° 245 (2020). Dictamen sobre periodismo en tiempos de pandemia. <http://www.consejodeetica.cl/sitio/wp-content/uploads/2017/01/Dictamen-245-sobre-periodismo-en-tiempos-de-pandemia.pdf>

Derpich, C. (30 de junio de 2019). ¿Quiénes y cómo difunden las noticias falsas? Un estudio que intenta descifrarlo. El Mercurio. <https://portal.nexnews.cl/>

ELMentado Chavez. (22 de marzo de 2020). BUSCANDO LA VERDAD: Desinformación y El Costo De Las Noticias Falsas TRÁILER ESPAÑOL SUBTITULADO. Youtube. <https://youtu.be/hLS-uNNfyb0>

Rodrigo-Alsina, M. & Cerqueira, L. (2019). Periodismo, ética y posverdad. Cuadernos.info, (44), 225-239. Recuperado de: <https://doi.org/10.7764/cdi.44.1418>

Rubio, I., López Bueno, O. (5 de marzo de 2020). Photoshop: 30 años de polémicas y disparates con el programa que revolucionó el diseño gráfico. El País. <https://elpais.com/tecnologia/2020-03-05/photoshop-30-anos-de-genialidades-y-disparates-con-el-programa-que-revoluciono-el-diseno-grafico.html>

Rubio, J. (2009). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la “agenda setting”. Gazeta de antropología, 25(1). Recuperado de: [https://www.ugr.es/~pwlac/G25\\_01JoseMaria\\_Rubio\\_Ferreres.html](https://www.ugr.es/~pwlac/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferreres.html)

TEDx Talks. (10 de octubre de 2017). Revelando estereotipos que no nos representan | Yolanda Domínguez | TEDxMadrid. Youtube. <https://youtu.be/H1C-vG4yBMI>

TEDx Talks. (29 de octubre de 2018). Toda la verdad sobre la desinformación | Clara Jiménez | TEDxMadrid. Youtube. [https://youtu.be/2\\_xr58zYr6c](https://youtu.be/2_xr58zYr6c)

Valenzuela, S. Halpern, D. Katzy, J. & Miranda, J (2019). La paradoja de la participación frente a la desinformación: redes sociales, compromiso político y difusión de desinformación. Digital Journalism, 7(1), pp. 802-823. Recuperado de: <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1623701>

